

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Факультет туризма и гостиничного сервиса
Кафедра туризма и гостеприимства

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭКСКУРСИИ ПО ГОСТИНИЦЕ ПАРК ИНН В
РАМКАХ МАРШРУТА «МАЛАХИТОВАЯ ЛИНИЯ»**

*Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 43.03.02 Туризм*

Исполнитель:
Бороздина Ксения
Юрьевна,
студентка группы _____

«___» _____ 201__ г.

Допущена к защите
зав. кафедрой туризма и
гостеприимства

_____ А.И. Фишелева

«___» _____ 201__ г.

Научный руководитель:
Е.Г. Радыгина, к.п.н., доцент

«___» _____ 201__ г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭКСКУРСИИ ПО ГОСТИНИЦЕ.....	7
1.1. Понятие и этапы разработки экскурсии.....	7
1.2. Особенности проведения экскурсий по гостиничным объектам.....	21
ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ЭКСКУРСИИ ПО ГОСТИНИЦЕ «ПАРК ИНН»	28
2.1. Характеристика гостиницы «Парк Инн» как экскурсионного объекта в рамках маршрута «Малахитовая линия»..	28
2.2. Содержание экскурсии по гостинице «Парк Инн»	47
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	54
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	58
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Характеристика потенциальных потребителей услуги.....	63
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Информационная брошюра «Малахитовая линия»	64
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Технологическая карта экскурсии	65
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Контрольный текст экскурсии.....	70
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Портфель экскурсовода.....	77

ВВЕДЕНИЕ

Отрасль туристических услуг является наиболее динамичной и быстрорастущей. Формируется все большее количество новых рабочих мест, большой объем добавленной стоимости. Важное место в российской туристской индустрии занимает региональный туризм. В Нижнем Тагиле весьма актуальным является развитие сферы услуг и туристического рекреационного потенциала города. Туристический потенциал г. Нижний Тагил требует развития промышленности, региональной экономики, улучшения структуры производства, ускорения экономического развития и увеличения уровня жизни населения. Возможности города Нижний Тагил в этом направлении являются колоссальными, но реализуются достаточно слабо.

На сегодняшний день в городе работает реализация федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011-2018 гг.», в которой определены основные приоритетные направления по развитию внутреннего туризма, способные реально увеличить турпоток, и формируется перечень инвестиционных проектов.

В связи с этим, рассмотрение вопроса туристического потенциала города Нижний Тагил является довольно актуальным.

Осуществление укрупнения потока экскурсантов дает возможность регионам развивать систему обучения гостеприимству, возрождать музеи, увеличить туристический потенциал региона. Наличие открытого формата экскурсионной деятельности определяет открытие новых рабочих мест, обеспечение занятости населения, способствуя образовательному и культурному подъему региона, изменению к лучшему быту горожан, увеличения их интереса к собственному городу. В ходе экскурсионной деятельности становится возможным придать домам и улицам красивый и привлекательный облик, так как появляется стимул продемонстрировать

гостям города красивый и ухоженный город для улучшения его имиджа, привлекательности.

Практическая работа в области развития экскурсионной деятельности направлена на формирование различных форм естественного досуга для представителей всех возрастных групп населения. Проведение целенаправленной модернизации экскурсионных программ, оптимизация содержания экскурсий позволяет воссоздать реальный облик истории и художественной культуры, расширяя познание нашего отечества, восстанавливая у российских граждан чувство великого наследия, а также уважения к историческим корням.

Если рассматривать отдельные туристические объекты, то нередко они могут стать катализатором не только увеличения туристической привлекательности региона, но также инвестиционного климата в городе и регионе. Так, динамичное развитие такого рода туристических объектов, к примеру, рекреационных и гостиничных комплексов способно в значительной степени привлечь туристов и инвесторов, улучшить имидж города и региона в целом. Экскурсионная деятельность в данной связи является одним из направлений по улучшению коммуникации с туристом, деловыми партнерами, жителями города.

Актуальность создания нового туристского продукта в городе Нижний Тагил обусловлена отсутствием современных, актуальных и специально разработанных экскурсионных программ, направленных на привлечение в регион иностранных, главным образом российских, туристов, а также жителей города. В связи с этим представляется достаточно актуальным рассмотрение специфики проектирования экскурсии на конкретном туристическом объекте, в частности по гостинице Парк Инн в городе Нижний Тагил в рамках маршрута «Малахитовая линия».

Правовые аспекты разработки экскурсии представлены в федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», в ГОСТе Р 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные

положения»; в ГОСТе Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»; в ГОСТе Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»; в ГОСТе Р 50644-94 «Туристско - экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов».

Экскурсионная теория нашла отражение в исследованиях С.А. Ивановой, Э.А. Каменских, Т.А. Карасевой, М.Б. Молдажанова и других.

Туристский потенциал проанализирован на основе исследований С.Е.Мочалкина, А.А. Найдиной, А.В. Фирсовой и других.

Экономическое обоснование дано на основе работ И.А. Егорова, А.Н. Иванова, А.П. Сотника.

Основные направления по продвижению нового экскурсионного продукта обоснованы в трудах И.В. Карабановой, А.А. Фотеевой и других.

Возможности рекламы в продвижении нового экскурсионного продукта нашли отражение в исследованиях Л.А. Цыбульской, Н.М. Чиркова и других.

Не смотря на наличие в городе Нижний Тагил экскурсионных программ, на туристском рынке эти экскурсии и маршруты недостаточно привлекательны. Отсюда возникает **противоречие:** - между большим туристским потенциалом и ограниченной модернизации экскурсионных программ.

Проблема исследования: заключается в недостаточной модернизации туристских продуктов и определяется тем, что неправильно подготовленный продукт не только не пользуется спросом, но и способен оттолкнуть от предприятия потенциальных, последующих клиентов.

Объект исследования: гостиница Парк Инн

Предмет исследования: проектирование экскурсионной программы

Цель исследования: разработать экскурсионную программу по гостинице Парк Инн в рамках маршрута «Малахитовая линия».

Задачи исследования:

- раскрыть понятие и этапы разработки экскурсии
- объяснить особенности проведения экскурсий по гостиничным объектам
- рассмотреть особенности проектирования экскурсии;
- осуществить разработку экскурсионной программы по гостинице «Парк Инн» в рамках маршрута «Малахитовая линия»;
- охарактеризовать содержание экскурсии и провести экономическое обоснование.

В процессе анализа были использованы методы научного исследования. В основу исследования положен диалектический метод познания.

Содержание работы: введение, две главы, заключение, список источников и литературы, приложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭКСКУРСИИ ПО ГОСТИНИЦЕ

1.1 Понятие и этапы разработки экскурсии

Экскурсия является наглядным процессом познания окружающего мира, процессом осуществления знакомства с особенностями природы, истории, быта, достопримечательностями определенного города или региона. Экскурсия представляет собой методически продуманный и организованный показ достопримечательностей, памятников истории и культуры, в основе которого лежит анализ объектов и умелый рассказ о событиях, которые связаны с ними.

Экскурсия является посещением достопримечательных мест, форм и метод приобретения знаний. Экскурсия проводится зачастую коллективно под руководством специалиста – экскурсовода. Экскурсия представляет собой сумму знаний, которые сообщаются группе людей в специфической форме, экскурсия является определенной системой действий по передаче знаний о достопримечательностях [17, с.399].

Функция экскурсии – ее ключевое свойство. Диапазон функций экскурсии достаточно широкий, прежде всего это такие функции как познавательная, образовательная, информационная, воспитательная и прочие. Кроме того, можно отметить функцию научной пропаганды, организацию культурного досуга и формирование интересов, расширение культурного кругозора и прочие [13, с.125].

Основными признаками экскурсий являются:

- протяженность во времени проведения: от одного академического часа до суток;
- наличие экскурсантов: группы или индивидуалов;
- наличие экскурсовода, проводящего экскурсию;

- наглядность, зрительное восприятие, показ экскурсионных объектов на их расположения;
- передвижение участников экскурсии по заранее составленному маршруту;
- целенаправленный характер осуществления показа объектов при наличии определенной темы;
- активная деятельность участников, в частности наблюдение, изучение, а также исследование объектов [13, с.126].

Наличие широкого круга объектов показа, многоплановой тематики, разработанной методики ведения экскурсий, профессионального мастерства экскурсоводов дают возможность экскурсии исполнять определенные функции, каждая из которых играет существенную роль в воспитании и образовании человека. Любая форма культурно-просветительской работы имеет специфические черты. Ключевая черта экскурсии заключается в высокой степени наглядности.

Экскурсионное обслуживание выступает в качестве самостоятельной деятельности, так и является частью комплекса туристических услуг.

Таблица 1

Классификация экскурсий

№	Характер классификации	Разновидности экскурсий
1	По содержанию	Обзорные Тематические Литературные
2	По составу и количеству участников	Индивидуальные Для местного населения Приезжих туристов Взрослых и школьников
3	Месту проведения	Городские Загородные Производственные

		Музейные Комплексные
4	По способу передвижения	Пешеходные С использованием различного вида транспорта
5	По продолжительности	Одночасовые Суточные Краткосрочные туры Долгосрочные туры
6	По форме проведения	Экскурсия-массовка Экскурсия-прогулка Экскурсия-лекция Экскурсия – концерт Экскурсия – спектакль Экскурсия – консультация Экскурсия – демонстрация Экскурсия-урок Учебная экскурсия Пробная экскурсия Показательная экскурсия Рекламная экскурсия

Разделение экскурсий на конкретные группы на практике носит условный характер, но такое деление имеет важное значение для деятельности экскурсионных учреждений. Предлагаемая экскурсия определяет условия для экскурсионной деятельности, работы с клиентами, облегчая специализацию, формирует базу для деятельности методических секций. Применение закономерностей проведения экскурсий для конкретной группы способствует тому, чтобы каждая экскурсия была достаточно эффективной. При разработке экскурсии с большей полнотой и

целенаправленностью применяются достижения отдельных отраслей знаний [12, с.159].

Средствами, формами и методами экскурсионной деятельности экскурсоводами информируется, просвещается, оказывается помощь людям на практике удовлетворять насущные потребности в знаниях.

Структурные компоненты экскурсии:

- экскурсовод;
- экскурсионный объект;
- экскурсант.

При проведении экскурсии используются различные виды информации:

- политическая;
- социальная;
- научная;
- художественная;
- техническая;
- экономическая и прочие [12, с.160].

Широкое применение примеров ораторского мастерства, возможности голоса, мимики, жестов определяют усиление смыслового содержания информации. Живое слово представляет собой оперативный путь донесения до экскурсантов фактов, комментариев и сообщений относительно определенного вопроса в рамках проведения экскурсии. Проведение изучения мотивов посещения людьми экскурсий определяет использование потенциальных возможностей экскурсовода. Применение в экскурсиях неизвестной, но интересующей человека информации определяет увеличение интереса к ней. Непосредственное общение с экскурсантами, а также прямой контакт, возможность оценки реакции в общении с ними, наличие квалифицированной подачи материала, формирование атмосферы взаимного доверия и доброжелательности - неперемнное условие успеха проведения экскурсии [11, с.528].

Важным условием эффективности экскурсии выступает достоверность информации. Любое искажение правды травмирует людей, приводит к утрате доверия. В связи с этим, при подготовке и проведении экскурсии требуется опираться на достоверность источников получения необходимой информации. Отбор фактов является основой каждого сообщения, сообщаемого экскурсоводом в ходе экскурсии. Тем самым экскурсия решает две ключевые задачи: она несет людям необходимые знания, вырабатывает личное отношение к полученным экскурсантами сведениям, формирует убеждения. Каждая экскурсия располагает определенной темой на основе классификации экскурсий [11, с.530].

Тема экскурсии является кругом явлений, которые отбираются и освещаются автором. Тема тесным образом связана с целью экскурсии. Цель экскурсии - основной вывод, мысль, оценка изображаемых событий.

Выбор темы зависит от уровня потенциального спроса, конкретного заказа или целенаправленного осознания определенной тематики экскурсий. Тема экскурсии задается на начальном этапе ее подготовки. автор экскурсии постепенно подводит экскурсантов за счет активного побуждения у них восприятия действия, требуется заставить каждого из экскурсантов стать как бы участником события и самому осмыслить идею. В этом случае задача осознания экскурсантами идеи подчиняется развитию действия. Специфическая особенность экскурсий – это зрительная и документальная основа [12, с.159].

Каждая тема представляет собой совокупность целого ряда подтем, каждого отдельного вопроса, выносимого в содержание предлагаемой экскурсии. У каждого вопроса своя полнота и логическая завершенность. Правильно разработанная подтема содержания экскурсии должна восприниматься экскурсантами не сама по себе, а в комплексе с прочими подтемами, иными словами в композиции [23, с.188].

Композиция экскурсии – это расположение, последовательность и соотношение подтем, конкретных вопросов, вступление и заключительная

часть экскурсии. Композиция представляет собой организацию действия и необходимое расположение материала [23, с.190].

Таблица 2

Композиция экскурсии

№	Элемент	Характеристика
1	Вступление	Включает в себя две части: организационная и информационная. Организационная – это представление экскурсовода, водителя, краткий инструктаж экскурсантов по правилам поведения и безопасности на маршруте. Информационная – краткое сообщение по теме экскурсии, маршруте, его протяженности, а также продолжительности, месте и времени окончания.
2	Основная часть	Основное действие во время проведения экскурсии. В связи с этим основная часть содержит введение в тему, завязку, развитие действия, кульминацию и развязку.
3	Введение в тему	Предполагает ввод в действие, краткий рассказ об эпохе, которая предшествовала событиям, введение в тему перерастает в развязку или же непосредственное начало действия. Ключевым требованием к ведению в тему является четкость и лаконичность
4	Кульминация	Наивысшее напряжение фабульного действия. Центр кульминации – главное событие, ключевой экскурсионный объект
5	Заключение	Не связано с экскурсионными объектами или объектом. Занимает по времени 3-5 минут. Включает в себя итоговое содержание экскурсии,

		вывод по теме, позволяя реализовать цель экскурсии, а также информацию о других экскурсиях, которые позволяют расширить и углубить данную тему. Заключение не менее важно, чем вступление и основная часть.
--	--	---

Деятельность экскурсовода связана с взаимодействием с социальными, психологическими и педагогическими процессами. Данное взаимодействие формирует специфику методики экскурсионной деятельности. Разработка экскурсии является процессом сложным, требуя активного участия менеджеров и экскурсоводов. Содержание экскурсии, познавательная ценность экскурсии прямо зависимы от знаний, уровня компетентности, а также практического опыта экскурсоводов. Для формирования интересного содержания экскурсии важно использовать эффективные способы и примеры воздействия на экскурсантов [19, с.63].

Ключевыми этапами экскурсии являются:

- осуществление определения цели, задач экскурсии;
- выбор темы экскурсии;
- проведение отбора литературы и составление библиографии;
- определение источников экскурсионного материала;
- проведение отбора и изучение экскурсионных объектов;
- составление маршрута экскурсии;
- объезд или обход маршрута;
- проведение подготовки контрольного текста экскурсии;
- комплектование «портфеля экскурсовода»;
- осуществление определения методических приемов проведения экскурсии;
- определение техники проведения экскурсии;
- составление методической разработки;
- составление индивидуального текста экскурсии;

- осуществление приема, сдачи экскурсии на маршруте;
- осуществление утверждения экскурсии в качестве туристического продукта туристской фирмы.

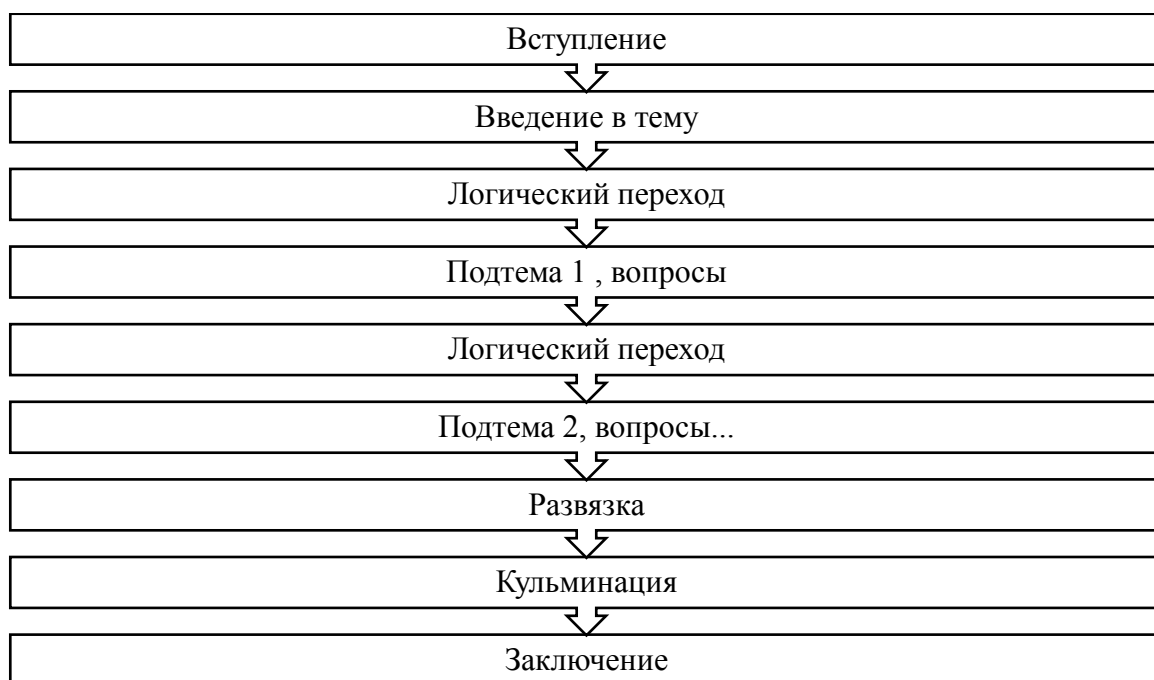


Рис.1. Структура экскурсии [19, с.65]

Экскурсия является определенным туристическим продуктом. Для туриста турпродукт в любом регионе опосредован единством его базовых и мотивирующих услуг. Причем достижение этого единства применительно к любому региону, это, как правило, не типовая задача. Она всегда проистекает из культурно-исторических, природных, транспортных, архитектурно-градостроительных и прочих особенностей. Практически любая функционирующая отрасль на территории, куда ступает нога туриста, в той или иной степени, будет соприкасаться с создаваемым и реализуемым здесь турпродуктом. Отсюда тема осмысленного и оформленного должным образом партнерства всех прямых или косвенных участников создания и реализации турпродукта сегодня приобретает первостепенное значение [13, с.127].

Более того, при нынешней практике управления процессом создания и реализации региональных турпродуктов, те отрасли, которые, казалось бы,

менее всего соприкасаются с созданием регионального турпродукта, оказываются порой самым «тонким» местом обеспечения хорошего качества региональных турпродуктов. Например, можно построить прекрасные гостиницы в сказочных по красоте местах, рядом с уникальными памятниками культуры и архитектуры. Но если при этом несколько раз оставить эти гостиницы без воды или электричества, не вывести мусор с окружающей территории или небрежно эксплуатировать проложенную здесь дорогу, то эти гостиничные комплексы неизбежно окажутся без туристов. Со всеми вытекающими отсюда последствиями. Собственно, именно это и происходит в нашей стране сегодня повсеместно [35, с. 226].

Отсюда, для успешного создания и реализации регионального турпродукта принципиально важно обеспечить не разовые мероприятия типа постройки санатория, гостиницы или чистоты центральных улиц и др., а системный подход к процессу его воспроизводства на уровне региона в целом. Ибо, как показывает анализ существующей практики, самой сложной и актуальной является проблема системных решений при создании региональных турпродуктов, так как их необходимо оптимально вписывать в экономические, экологические, социальные и прочие реалии региона. Именно региона в целом, а не каких-то отдельных, пусть и очень важных его составляющих. Такова природа регионального турпродукта, если мы ставим задачу его успешного создания и реализации. По этой причине, на наш взгляд, логичным будет, говоря о формах турпродукта, начинать с его воспроизводственной формы.

В ходе создания, реализации и потребления, то есть в процессе воспроизводства, турпродукт предстает в следующих своих взаимосвязанных образах. В верхней части схемы отображено взаимодействие потенциального потребителя и прообраза регионального турпродукта с реальным процессом его создания, реализации и потребления. В правой части схемы мы видим взаимосвязь реального турпродукта и туриста с производителем этого турпродукта и его положением на рынке. В нижней части схемы мы

обращаем внимание на тесную взаимозависимость производителя от имеющегося туристского потенциала и эффективности использования всей туристской ресурсной, сырьевой основы, включая природный капитал, культурно-историческую и другие ее составляющие. В левой части схемы хорошо прослеживается связь имеющего туристского потенциала региона с возможными потенциальными образами турпродуктов и туристскими потоками. Интересны и диагональные линии взаимодействия, которые содержат большой информационный потенциал [38, с. 133].

Данная форма турпродукта в практике туризма многолика и информационно емкая. Главная идея, заложенная в воспроизводственную форму турпродукта, сводится к тому, что ежегодное воссоздание востребованного и потребляемого туристами турпродукта требует не просто системного видения всего этого процесса, но и компетентного, системного управления этим процессом, в котором все взаимосвязано. Начиная от информационных целостных образов интегративных турпродуктов, обеспечивающих туристскую привлекательность региона, комфортности пребывания туристов и, заканчивая экономическим положением тех, кто эти турпродукты своими руками создает. Исключительно важно в данном случае и то, что в результате этих действий происходит с окружающей средой.

Сегодня практически все туристские державы мира научились хорошо визуализировать количественную и качественную стороны процесса воспроизводства турпродуктов на своих территориях. Во многих странах уже хорошо отработана и широко применяется адаптированная к туристской отрасли методология статистических замеров создаваемых и реализуемых турпродуктов, применительно к уровню отдельных предприятий, городов, регионов и стран. Для этого применяются, в основном, так называемые сателлитные счета туризма, используя которые можно получить определенное представление о ходе и особенностях воспроизводства турпродуктов на тех или иных территориях (объемы производимых и

потребляемых туристами услуг и товаров, влияние туристкой отрасли на состояние экономики городов и весей и т.д.) [30, с. 190].

Смысл функциональной формы регионального турпродукта на той или иной территории сводится к выявлению его (турпродукта) характерных структурных особенностей с целью их обеспечения адекватной экономической, технологической, инженерной, организационной, градостроительной и социальной основой. Вместе с тем, следует иметь в виду, что, ставя и решая задачи развития, мы должны учитывать то, что для запуска реального процесса развития туризма совершенно недостаточно построить нужные здания, сооружения, дороги и прочее. Как, например, недостаточно купить один компьютер. Мы ведь, покупая его, рассчитываем затем приобрести все нужные программы для его использования, предполагая научиться пользоваться всем этим и с помощью всего этого решать нужные для нас практические задачи [34, с.131].

Так и с функциональной формой турпродукта. Она позволяет, прежде всего, исходя из имеющейся ресурсной, кадровой и технологической базы, правильно наметить наиболее приемлемую структуру регионального турпродукта и на этой основе наметить стратегию его создания и реализации. Причем основным в осмыслении функциональной формы регионального турпродукта является не только его структурное видение, но также выявление и учет технологических особенностей каждого его сектора, представляющего самостоятельное направление развития туризма в данном регионе.

Календарная (событийная) форма регионального турпродукта в процессе создания и реализации проходит сложный итерационный процесс не просто механического отбора знаменательных дат в жизни того или иного народа, города или страны. Это фактически наработка особого технологического пакета с закреплёнными датами на годы вперед, сценариями, сметами, организационными и экономическими механизмами, которые должны оставаться стабильными, особенно в части дат проведения.

Главное в интегративной форме регионального турпродукта то, что она должна раскрыть не только всех основных участников создания и реализации турпродукта, но, как своеобразная русская матрешка, в обобщенном виде вобрать в себя и интегрировать все разнообразие форм турпродукта. Включая мотивирующие, базовые его составляющие, функциональную, календарную формы и прочие. Также важно раскрыть взаимосвязь регионального турпродукта со всей социально-экономической и экологической системой региона. А, в конечном счете, еще и подвести к определению основ его конкурентоспособности на отечественном и мировом рынках.

Иными словами, интегративная форма турпродукта указывает на степень зрелости регионального турпродукта, на то, что региональный турпродукт должен обладать всеми экономическими свойствами, обеспечивающими ему способность полноценно существовать в современном рыночном пространстве [32, с.115].

А для этого он должен обладать всеми фундаментальными свойствами товара, то есть иметь свою форму, структуру, характерные полезные свойства, стоимость, цену, переносить собой стоимость потребляемых природных ресурсов, средств производства, способность храниться, удовлетворять платежеспособный спрос, обеспечивать нормальный уровень жизни создателям востребованных турпродуктов и т.д.

Интегративный региональный турпродукт должен быть замеряем, как с позиций своего объема, структуры, так и оценки качества в целом, и его отдельных составляющих. Это позволит избежать погруженности турпродукта «в тень», его статистической неопределенности или информационной размытости и бесформенности. Без этого уже невозможно достичь эффективности управления современным производством и реализацией региональных турпродуктов. В условиях рыночной экономики теневые или информационно не оформленные части производства и реализации турпродуктов могут становиться дезориентирующими факторами всей системы управления хозяйственным механизмом туристско-курортных

центров и отраслью туризма в целом. Это особенно важно в условиях рыночной экономики, когда регулирование экономической деятельности осуществляется в основном косвенными, а не прямыми методами управления, как в условиях централизованной экономики, когда необходимые объемы и параметры продукции задаются производителю сверху и предоставляются потребителю централизованно. В рыночной экономике, когда производитель сам должен определять необходимые объемы производства, он должен иметь достаточное представление о той экономической среде, в которой вынужден действовать [33, с.20].

Интегративный турпродукт должен быть внутренне хорошо структурирован и сбалансирован, особенно в части соотношения мотивирующих и базовых туристских услуг. При этом важно иметь в виду, что при отсутствии должного сочетания мотивирующих и базовых услуг и товаров качество, конкурентоспособность интегративного (целостного) турпродукта неизбежно снижается. То есть нельзя допускать строительства добротных гостиниц без опережающего развертывания системы мотивирующих услуг на данной территории (лечения, досуга, спорта и т.д.). И наоборот, можно располагать прекрасными туристскими ресурсами в виде интереснейших археологических и культурно-исторических объектов показа, уникальных ландшафтов и пр., но при этом при отсутствии хороших гостиниц, объектов питания, придорожного сервиса и прочего, все эти мотивирующие турпродукты будут не востребованы. В обоих этих случаях туристы неизбежно будут ощущать дискомфорт, увозя с собой осадок неприятных ощущений и, как правило, генерируя при этом негативную информацию на мировых туристских рынках, которую затем весьма затратно и сложно перекрывать усилиями по рекламированию и продвижению интегративного турпродукта региона.

Несмотря на накопленный за последние годы значительный опыт в продвижении России как туристского направления остаются нерешенными следующие вопросы:

– на какой географический сегмент международного туристского рынка ориентироваться, какую форму присутствия на рынке выбрать, какое направление определить, как приоритет продвижения, а на каком следуют присутствовать с позиции статуса туристского предложения, но не ждать устойчивого въездного потока;

– какую аудиторию считать целевой при составлении контента о российском турпродукте – профессиональную аудиторию в сфере туризма, т.е. представителей турбизнеса, отраслевых государственных организаций, ассоциаций в сфере туризма, или следует ориентироваться на отраслевые средства массовой информации и приравненные к ним средства, или надо сосредоточиться на выставках B2C направленности для контакта с конечными потребителями [13, с.126].

От ответов на данные вопросы зависит и политика продвижения в целом, и интенсивность мероприятий, и их вид, а также содержательные аспекты формирования конкурентоспособного национального туристского продукта РФ, адаптированные к ожиданиям туристов из разных стран [27, с.116]

Общие характеристики маркетинговых усилий по продвижению российского турпродукта на рынки стран Азии и Тихоокеанского заключаются в следующем:

1) приоритет видов туризма: природный туризм, культурный туризм (религиозный, гастрономический, «красный»), активный отдых, оздоровительный туризм;

2) рейтинг приоритетов сбытовой политики: самостоятельное бронирование туров, пэкидж-туры, «все включено» (следует повысить доступность российских систем бронирования и планирования путешествий, в т.ч. поддерживать их сопровождение на английском, китайском, японском и др. языках в двух направлениях: smart- и on-line сервисов, а также целесообразно использовать для целей продвижения социальные сети);

3) подчеркивание безопасности пребывания в России, высокого качества услуг, самобытности и гостеприимства, возможности за краткие сроки увидеть разнообразие культур и традиций, гарантирование доступности питания халяль;

4) необходимость разработки ближайших к целевым рынкам маршрутов, в т.ч. повышение транспортной (преимущественно авиа) доступности, при этом особое внимание следует уделять досуговой и экскурсионной составляющим, гарантирование высокого гостиничного и трансфер-сервиса, а также приближение платежных систем и программ лояльности к потребностям целевых рынков;

5) целесообразность рассмотрения вопрос о снижении туристских, прежде всего, визовых формальностей.

Таким образом, экскурсия является частью туристического продукта, регионального туристического продукта. Экскурсия является целенаправленным процессом познания человеком окружающего мира, который построен в естественных условиях по заранее отобраннным объектам или зрительным рядам, которые служат для раскрытия определенной темы. Экскурсии выполняют несколько функций: экономическая, идейно-политическая, общеобразовательная, информационная, воспитательная, организация содержательного отдыха, расширение кругозора, формирование интересов человека, специализированная в области подготовки и переподготовки кадров. Процесс формирования экскурсии подразумевает стадии: выбор темы, осуществление отбора и изучение источников, формирование новой экскурсии на избранную тему, подготовка экскурсии и ее проведение.

1.2. Особенности проведения экскурсий по гостиничным объектам

Гостиничный комплекс является туристским объектом, так как является особым градостроительным образованием, ориентированным на

осуществление предоставления туристам заданного объема услуг и реализацию специализированных туристических программ.

Гостиничный комплекс представляет собой совокупность основных и вспомогательных зданий и сооружений, которые ориентированы на предоставление полного комплекса услуг гостя. Ключевые здания гостиничного комплекса – жилые корпуса, пункты питания, обслуживания, спортивные залы и прочее [9, с.109].

Существенной характеристикой гостиничного комплекса является вместимость. Вместимость представляет собой количество постоянных мест и номеров, которые предназначены для осуществления размещения гостей. Вместимость гостиничного комплекса оказывает влияние на структуру, систему обслуживания, осуществление организации транспортной связи, характер и масштабы преобразования природного окружения [9, с.137].

При подготовке экскурсии перед экскурсионными работниками стоит задача отбора памятников, объектов для показа. Гостиничный комплекс может выступать в качестве памятника или же в качестве значимого объекта с точки зрения туристической и деловой привлекательности в городе. При подготовке экскурсии применяется методика отбора экскурсионных объектов на основе определения ценности и значимости объекта для показа с целью раскрытия определенной темы. Применение такой методики достаточно важно, особенно если на маршруте расположено несколько объектов, которые сходны по содержанию, необходимо выбрать те из них, которые являются наиболее актуальными в условиях заявленной темы.

Гостиничный комплекс может быть интересен различными объектами, например, королевский или президентский номер, номер, в котором проживали известные или особенные гости, ресторан со своей концепцией, банкетный зал, конференц-зал, освещающийся в прессе, самый высокий этаж гостиницы, уникальный спа-комплекс, высокая награда или сертификат, предметы интерьера гостиницы, историческое место, на котором располагается гостиница, возможно, само здание гостиницы, как

исторический, уникальный объект и многое другое, что так или иначе делает гостиницу особенной.

При оценке значимости гостиничного комплекса как туристского объекта применяется комплекс критериев:

- познавательная ценность;
- известность, популярность;
- необычность, особенный архитектурный характер;
- выразительность;
- сохранность;
- особое месторасположение объекта [23, с.188]

Правильный отбор объектов для показа позволяет обеспечить зрительную основу восприятия экскурсии и глубокое раскрытие темы. Во время проведения экскурсии на гостиничном комплексе требуется следить за тем, чтобы объекты не дублировались. При невозможности этого избежать при показе такого рода объектов и в рассказе каждый раз требуется применять иной фактический материал, применять прочие методические приемы показа и рассказа, чтобы был иной поворот в осуществлении подачи материала в соответствии с заявленной темой экскурсии и экскурсионной аудиторией.

Экскурсия в гостиничном комплексе должна отвечать деловому характеру и рекреационному, в зависимости от экскурсионной аудитории. Если это организация деловой встречи, проведение презентации перед инвесторами, то требуется максимальное внимание уделить деловой информации, показателям эффективности деятельности гостиничного комплекса с демонстрацией имеющихся возможностей предприятия. Если это отдых посетителей – демонстрация объектов гостиничного комплекса с целью обеспечения эффективной ориентации клиентов гостиничного комплекса в здании и помещениях комплекса [23, с.192].

Стоит отметить, что экскурсия в гостиничном комплексе не должна быть перегружена большим количеством объектов, в нее необходимо самое основное. Длительная экскурсия увеличивает уровень утомляемости экскурсантов, что приводит к поверхностному освещению тему, так как по большей части в дальнейшем информация дается в виде справки. Рекомендуется отбирать 15-20 объектов. Тематические экскурсии рассчитаны на еще меньшее количество времени, чем классические экскурсии, составляя всего 5-10 объектов. Численность объектов зависит от цели, темы, а также экскурсионной аудитории.

В процессе подготовки экскурсии изучаются объекты непосредственно на месте расположения, в их естественной среде. Говоря о гостиничном комплексе, это непосредственно помещения, структурные подразделения гостиничного комплекса. Это дает возможность экскурсоводу свободно ориентироваться на объекте, выстраивать зрительный ряд, особенно в обзорных экскурсиях. Кроме того, применение такого подхода дает возможность квалифицированно вести показ, давать более четкую словесную характеристику объектам гостиничного комплекса.

На гостиничный комплекс и его объекты может быть составлено подробное описание каждого за счет использования паспорта экскурсии или карточек объектов. В карточку заносятся такие сведения как:

- наименование объекта;
- событие и происхождение;
- описание;
- источник сведений об объекте;
- сохранность и местоположение объекта;
- функции объекта (гостиничного комплекса);
- структура, то есть структурные подразделения гостиничного комплекса;
- экскурсии, в которых осуществляет показ гостиничного комплекса;
- дата составления карточки или паспорта [33, с.21].

К перечисленным сведениям прикрепляются фотографии объекта, воспроизводящие его нынешний вид. Наличие подобной документации на объекты позволяет ускорить осуществление разработки новой экскурсии, позволяя разнообразить использование объектов в экскурсиях на разные темы, делая показ более многогранным и эффективным. В силу этого, при разработке экскурсии в гостиничных комплексах решающее значение имеет выбор объектов для показа. В силу этого, сложность организации подобной экскурсии зависит от материальной базы гостиничного комплекса, его возможностей и прочих факторов. Окончание работы по отбору объектов и характеристик дает возможность перейти к осуществлению составления маршрута экскурсии.

Рынок экскурсионных услуг среди гостиничных объектов достаточно обширен. Преимущественно подобное предложение является актуальным в секторе делового туризма, в частности во время бизнес-поездов, конгрессно - выставочных мероприятий, интенсив-туризма. Подобное предложение дает возможность обеспечить эффективную коммуникацию с постояльцами гостиничного комплекса, а кроме того дает возможность легко ориентироваться клиентам гостиничного комплекса в помещениях здания.

На сегодняшний момент подобные услуги предлагают крупнейшие гостиничные сети, такие как Holiday Inn, Marriott, Sheraton, Best Western, Ibis, Ramada, Meriton Hotels, Radisson, Swissotel, Utell, Hyatt, Crowne Plaza, The Ritz Carlton, Accor, Top, Marco Polo и др. Гостиничной сетью Park Inn предлагается экскурсионное обслуживание в рамках партнерских связей с центрами развития туризма и туристическими организациями.

Например, в Екатеринбурге такие экскурсии предлагают Park Inn Екатеринбург, открывшийся совсем недавно Holiday Inn, отель Angelo, отель «Онегин» и «Новотель», и в Свердловской области это Park Inn Нижний Тагил.

Существует и ряд сложностей в проведении подобных экскурсий. Если экскурсия готовится на предприятие от посредника, то необходимо

предварительно побывать на нем, посмотреть производство, ознакомиться с производством, поговорить с работниками предприятия. Договориться с администрацией о времени проведения экскурсии и о выделении экскурсовода. Если экскурсия готовится самостоятельно отделом продаж, то также необходимо до начала экскурсии проконтролировать чистоту показываемых объектов, наличие свободных номеров, учесть мероприятия, проходящие в настоящий момент, знать неполадки и неисправности зон, правила безопасности и т.д.

Возможные трудности:

- несоблюдение договоренности (время прибытия группы, количество человек в группе, состав группы и т.д.);
- некомпетентность служб гостиницы;
- недостаток времени;
- большая загрузка, заезд (возможно экскурсия доставит дискомфорт постояльцам);
- заняты или неподготовлены помещения для показа (конференция, торжество и т.д.);
- прочие технические неисправности.

Производственные экскурсии лучше проводить после изучения соответствующей темы, так как наблюдения должны опираться на конкретные знания в той области, к которой относится объект экскурсии.

Таким образом, специфика экскурсии в гостиничном комплексе зависит от возможностей гостиничного предприятия, предполагает тематическую направленность, учет специфики аудитории. Проведение экскурсии в гостиничном комплексе является привлекательным прежде всего для гостиничного предприятия, позволяя повысить уровень информированности клиентов о предложениях гостиничного комплекса. Кроме того, посетителям проще ориентироваться после ознакомления с основными объектами гостиничного комплекса.

В заключение отметим, экскурсия является коллективным или индивидуальным посещением туристского объекта, которым является гостиничного предприятие. Экскурсии могут быть как самостоятельной деятельностью, так и выступать в качестве части комплекса туристских услуг.

Задача экскурсии в гостиничном комплексе заключается в выработке у экскурсантов отношения к теме экскурсии, деятельности гостиничного комплекса, фактам, в целом к материалу тематической экскурсии в рамках ознакомления с гостиничным комплексом, давая свою оценку. Дать оценку значит составление некоторого представления о гостиничном комплексе, определить значение, характер, роль гостиничного комплекса в туристической отрасли города, признать достоинства и положительные качества объекта, а также конкурентные преимущества.

ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ЭКСКУРСИИ ПО ГОСТИНИЦЕ «ПАРК ИНН»

2.1. Характеристика гостиницы «Парк Инн» как экскурсионного объекта в рамках маршрута «Малахитовая линия»

Нижний Тагил стал вторым городом в области, где достопримечательности соединили между собой туристической линией. Двадцать четыре объекта объединены друг с другом ярко-зеленой линией, начерченной на асфальте. В Нижнем Тагиле год назад нарисовали «Малахитовую линию». Её открытие приурочили к международной выставке вооружения, чтобы гости могли самостоятельно познакомиться с главными тагильскими достопримечательностями.

Проект реализуется «Центром развития туризма города Нижний Тагил» при поддержке администрации города Нижний Тагил и управления по разработке и контролю за реализацией инвестиционных проектов. Центром развития туризма был проведен ряд крупных экскурсий для групп иностранных граждан и соотечественников, в том числе экскурсии для аспирантов-архитекторов из Австрии, Бельгии, Греции, Германии, России, Финляндии, для учащихся из Германии, для делегации Федерального агентства по туризму и другие.

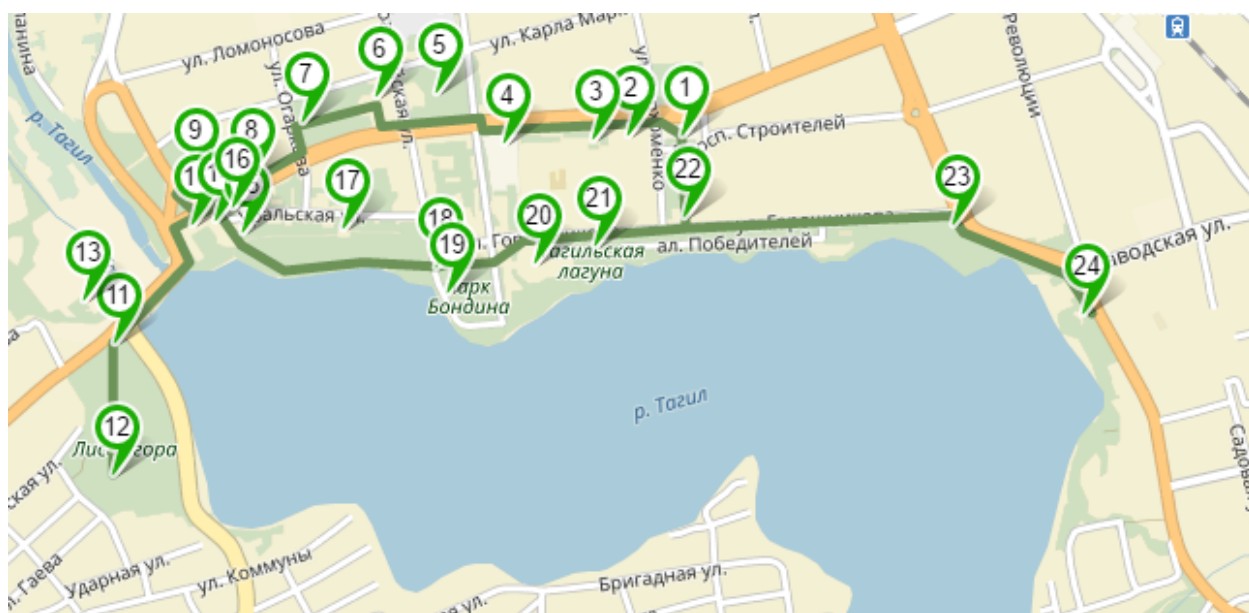
Пеший маршрут составляет 5,7 километра. Он проходит через 24 объекта в центре города. Разработчики проекта считают, что, следуя направлениям зелёных стрелок, путешественник сможет за три часа познакомиться с прошлым и настоящим промышленной столицы Свердловской области. К списку точек, попавших на «Малахитовую линию», относятся объекты, которые турист встретит, гуляя по центру города. Маршрут проведет всех желающих по основным достопримечательностям и даст возможность прикоснуться к истории Нижнего Тагила.

Один из наиболее интересных проектов с точки зрения наличия исторической составляющей – «Малахитовая линия» – главный пешеходный маршрут Нижнего Тагила, который объединит в себе ключевые исторические, культурные и архитектурные объекты из прошлого и настоящего. Маршрут также поможет туристу самостоятельно, без помощи экскурсовода, ознакомиться с самыми примечательными местами города. За максимально короткий срок, «Малахитовая линия» даёт яркое эмоциональное представление о городе на различных уровнях: визуальном, аудиальном, тактильном ощущении. С главным пешим туристским маршрутом, можно познакомиться с помощью аудиогuida.

В экскурсионную программу может войти один или остальные 23 объекта города Нижний Тагил. Иными словами, постояльцы гостиницы могут ознакомиться не только с одним объектом, но также могут выбрать и более обширный вариант в рамках маршрута «Малахитовая линия» с целью знакомства с городом, что позволит им изучить центр Нижнего Тагила. Ключевые экскурсионные объекты маршрута:

1. Памятник Е.А. и М.Е. Черепановым
2. Драматический театр им. Д.Н. Мамина Сибиряка
3. Сквер за зданием театра
4. Памятник первым комсомольцам Тагила «Молодость страны Советов»
5. Пионерский сквер
6. Нижнетагильский театр кукол
7. Комсомольский сквер
8. Проспект Ленина или Александровская улица. Памятник горнозаводчику Н. Н. Демидову
9. Памятник В.И. Ленину
10. Выставочные залы Нижнетагильского музея – заповедника
11. Памятник металлургам Нижнего Тагила
12. Сторожевая башня на Лисьей горе
13. Музей завод истории развития техники черной металлургии

- Прогулка по маршруту позволяет увидеть и оценить архитектуру города разных времен. Начиная от памятника изобретателям первого русского паровоза Е.А. и М.Е. Черепановым, линия проходит через ключевые исторические, культурные и архитектурные объекты прошлого и настоящего Тагила.



30

Начинается маршрут на Театральной площади — у драматического театра и памятника изобретателям первого российского паровоза Ефиму и Миرونу Черепановым. Сам паровоз и другие достижения тагильчан, танк Уралвагонзавода, тоже можно увидеть на «Малахитовой линии».

Шагая по линии, встречаем немало памятников, сосредоточенных в центре города: Николаю Демидову, первым комсомольцам, Владимиру Ленину, участникам локальных войн, металлургам города. Они олицетворяют разные страницы истории Нижнего Тагила, и составители маршрута посчитали нужным «занести» на линию каждый из них.

«Малахитовая линия» ведёт по трём самым красивым скверам города. Пройдя по ним, попадаем в исторический центр, застроенный купеческими особняками. В здании бывшей заводской конторы Демидовых расположился краеведческий музей.

От колонн музея начинается Предзаводская площадь. От неё «малахитовый» путь ведёт на Лисью гору, где не так давно открыли ещё один филиал музея. Экспозиции размещены в сторожевой башне и ей же посвящаются. Далее линия ведет к плотине — это завод- музей, на прогулку по которому не жалко времени, ведь он — единственный в России.

Познакомившись с историей работающего города, идём смотреть на Тагил сегодняшний. Зелёная линия спускается к пруду — здесь видим каскад фонтанов парка имени А.П. Бондина, купол цирка, Театральный сквер.

Шагая по обновленной набережной, мы видим современное величественное здание. Рядом с ним интересный объект. Макет первого паровоза, который был создан в Нижнем Тагиле, а точнее его вторая копия передана в дар первой в городе гостинице международной сети – Парк Инн. Паровоз представляет посетителям тот факт, что город является пионером в строительстве железнодорожного транспорта. Пароходный дилижанс, который разработан в XIX веке тагильскими механиками отцом и сыном Черепановыми, располагается у входа в гостиницу. Макет установлен так,

что, прогуливаясь по набережной, каждый желающий сможет не просто полюбоваться первым российским паровозом, но и сделать яркое фото.

Парк Инн расположен на берегу Тагильского пруда и входит в пешеходный туристический маршрут, проходящий через главные городские достопримечательности. Первыми клиентами четырёхзвёздочной гостиницы Парк Инн, стали гости и участники выставки вооружения в 2015 году.

Это предпоследний объект показа. Имеется возможность продлить маршрут и посетить удаленную достопримечательность – музей «Демидовская дача»).

На объекте Парк Инн хочется и заострить свое внимание, дав характеристику данному продукту.

Наличие материальных, финансовых, а также значительных физических ресурсов позволяют говорить о широких возможностях развития внутреннего туризма в Нижнем Тагиле, но для этого требуется активная политика государства, которая предусматривает осуществление четкой постановки целей в области развития туристической сферы.

Развитие туризма в Нижнем Тагиле является приоритетным направлением улучшения экономической структуры города. В городе принята программа развития города как туристического центра. Ключевым направлением развитием туризма является развитие делового туризма.

В последнее время в Нижнем Тагиле увеличивается рынок туризма, расширяется объем туристического и рекреационного потенциала города, увеличивается поток туристов из различных регионов России, что стимулирует развитие туристско-рекреационного комплекса города, определяя стратегическое направление развития туризма.

Развитие туристического потенциала Нижнего Тагила возможно за счет увеличения срока пребывания иностранных туристов в городе, стимулирования иностранных туристов к совершению повторных поездок за счет осуществления расширения мотивации поездки, расширения возможностей для увеличения суточных трат российских туристов, а также

увеличения общей численности туристов путем снижения сезонности поездок.

Глава и администрация города Нижний Тагил отмечают значимость новой гостиницы для участия города в проекте Свердловской области по развитию автотуристского кластера «Самоцветное кольцо Урала». Строительство новой гостиницы позволило принять участие в программе по созданию туристско-рекреационной зоны «Тагильская лагуна», и, руководству города удалось закончить глобальную реконструкцию набережной тагильского пруда к приему гостей выставки вооружения «Russia Arms Expo 2015». Парк Инн стал символом лозунга города: "Я хочу жить в Тагиле!", что, несомненно, стало главной причиной представления гостиницы, как туристский объект, и включения ее в экскурсионные маршруты города, в частности «Малахитовая линия».

Гостиница Парк Инн выступает в качестве места временного размещения гостей города Нижний Тагил. Город не является курортом и в связи с этим можно не надеется на значительное количество туристов. Но между тем необходимость в увеличении туристической привлекательности города и региона существует. Гостиница Парк Инн может выступить в качестве определенного туристического регионального продукта.

Парк Инн находится в пяти минутах от объектов транспортной инфраструктуры: автовокзал, железнодорожный вокзал, и в двух километрах от основной городской трассы. Главная площадь города - Театральная площадь, находится в шаговой доступности.

Парк Инн позиционирует себя как гостиница эконом-класс, а также премиум-класса и, в основном, рассчитана на постояльцев, которые приезжают в командировки или в индивидуальные туры для того, чтобы посмотреть Нижний Тагил, а также спортсмены, которые принимают участие в спортивных соревнованиях.

Гостиницу отличают современный дизайн и международный уровень сервиса в рамках философии обслуживания «Да, я могу!», а также высокий профессионализм всех сотрудников.

Гостиничный комплекс Парк Инн предлагает своим гостям отличные удобства и заботливый сервис. Номерной фонд гостиничного комплекса - это 127 стильных дизайнерских номеров. Из окон большинства номеров открывается умиротворяющий вид на гладь городского пруда. Все номера гостиницы оснащены гарнитурной мебелью, комплектами постельных принадлежностей, плотными занавесками, широкими зеркалами, прикроватными и потолочными светильниками. Оборудованы бесплатным высокоскоростным интернетом, телефоном, спутниковым телевидением, акустической системой, индивидуальным климат-контролем, мини-баром, уникальными цветовыми панелями, цвет которых можно менять в зависимости от настроения, а также сейфом. Для верхней одежды, головных уборов в шкафах предусмотрены вешалки [40]. Санитарные узлы оснащаются зеркалами с полками для туалетных принадлежностей и полотенцами на менее трех на каждого гостя.

В гостиничном комплексе номера следующих категорий: Стандарт; Улучшенный; Полулюкс; Люкс.

Парк Инн выполнен в свежем и ярком внутреннем дизайне и предлагает своим гостям номера для некурящих, объединенные номера и номера для людей с ограниченными возможностями.

Отметим, что номера и удобства гостиничного комплекса Парк Инн включают в себя такие дополнительные функции как:

- лифт с оборудованием для незрячих людей;
- поручни рядом с туалетом в номере;
- возможность въезда на инвалидной коляске через главный вход, в холл отеля, в туалет общего пользования;
- более широкие дверные проемы в номерах и ванных комнатах;
- номера с большой двуспальной кроватью;

- аудио и видео устройства оповещения о чрезвычайных ситуациях;
- кресло по запросу.

В отеле оборудовано 6 конференц-залов с дневным освещением. Есть все необходимое для проведения деловых мероприятий: оборудование, проекторы, столы для записей, системы климат-контроля, доступ в интернет. А также многофункциональный зал на 300 гостей, который подходит для проведения как деловых конференций, так и частных мероприятий, свадеб и банкетов. В конференц-залах гостиничного комплекса Парк Инн применена уникальная концепция проведения мероприятия «Смарт-мероприятия» – различные варианты организации встреч для удовлетворения всех потребностей - от организации встреч в последнюю минуту до масштабных встреч с проживанием: почасовые встречи, мероприятия на полдня, мероприятия на весь день, мероприятия с проживанием, индивидуальные варианты.

В инфраструктуру отеля входят: круглосуточный фитнес-центр с силовыми и кардио-тренажерами, прачечная, химчистка, несколько баров и ресторан, бесплатная охраняемая парковка для гостей отеля (14 наземных мест и 40 – подземных). Допускается проживание с домашними животными за дополнительную плату.

Зона службы приема оснащается местом для ожидания, неподалеку от зоны службы приема находится зона отдыха, оборудованная диванами, телевизором и журнальными столиками. Зона для отдыха озеленена.

Зона службы размещения гостиницы Парк Инн оборудована стойкой администратора, которое оснащено следующим оборудованием:

- компьютер;
- принтер;
- копировальный аппарат;
- стационарный телефон (АТС);
- контрольно-кассовый аппарат;
- банковский терминал;

- сейф.

Стойка администратора включает в себя место для хранения необходимой документации, в частности папки с анкетами гостей, кассовый журнал, книгу отзывов и прочее, канцтовары, в частности бумагу и ручки, рекламную полиграфию гостиницы, а также рамки с дипломами и сертификатами для демонстрации гостям города успехов гостиничного предприятия на региональном рынке [40].

Интерьер гостиницы Парк Инн выдержан в современном стиле. Персонал гостиничного предприятия достаточно коммуникабельный, дружелюбный и вежливый. Недалеко от гостиницы располагаются ключевые достопримечательности города, а также кафе и рестораны. В самой гостинице имеется свой ресторан с весьма высокой кухней, в котором организуется питание проживающих, а также питание экскурсантов: либо по желанию, либо по предварительной договоренности с гостиницей.

В структуре гостиницы следует выделить административную службу, службу приема и размещения, а также службу обслуживания номерного фонда гостиницы. Организационная структура гостиницы Парк Инн оказывает существенное влияние на финансовые показатели деятельности гостиничного предприятия. Существенным фактором является деятельность структурных подразделений гостиницы.

Наиболее частыми гостями в гостинице Парк Инн являются командировочные. Как правило, период их пребывания составляет от трех дней до недели и более.

Рассматриваемая гостиница соответствует требованиям, которые предъявляются к средствам размещения к категории четыре звезды. Качество обслуживания отлично сочетается с достаточно демократичной ценовой политикой рассматриваемого гостиничного предприятия. Классификация была пройдена в марте 2016 года.

Гостиница является предприятием, которое функционирует в непрерывном режиме работы и тем самым к данному предприятию

предъявляются достаточно высокие санитарно-гигиенические требования. Постоянный контакт характерен для службы управления номерным фондом со службой текущего ремонта, проводящей профилактический, а также текущий ремонт номерного фонда и оборудования, который в нем есть, но не входит в состав гостиничного предприятия.

Достаточно важным этапом является подготовка номерного фонда и заселение гостей. Это ответственный и сложный этап функционирования гостиничного предприятия, который требует грамотной организации деятельности различных служб и подразделений предприятия. Четкое и своевременное размещение гостей может быть осуществлено профессионально подготовленным специалистами, которые имеют необходимые навыки обслуживания гостей.

Основой поддержания постоянства качества в гостинице Парк Инн является понимание, правильное использование и насыщение обслуживанием точек соприкосновения с клиентами, которое означает, что услуга предоставляется вне зависимости от того, какое количество клиентов проживает в гостинице в данный момент.

Решить проблему постоянства качества услуги и обеспечения соответствия предоставляемого обслуживания ожиданиям клиента возможно только при внедрении соответствующих стандартов как технического, так и функционального качества в их взаимовоздействии и единстве. Целями стандартизации в сфере гостиничных услуг являются подтверждение и обеспечение поддержания заявленного уровня качества и безопасности потребления услуг, защита интересов потребителей от недобросовестной конкуренции на рынке [22, с.592].

Практические меры по поддержанию соответствия стандартам качества действующего предприятия касаются технического обследования гостиничного предприятия включая здание и территория, жилые, общественные и служебные помещения, технологическое оборудование,

оснащение инвентарем, расходными материалами и т.д. Выявленные технические отклонения от стандарта устраняются.

Гостиница Парк Инн имеет следующие отделы:

- Отдел управления номерным фондом;
- Отдел общественного питания;
- Административный отдел;
- Отдел продаж;
- Инженерный отдел;

I. Отдел управления номерным фондом.

Служба управления номерным фондом занимается решением следующих вопросов:

- бронированием номеров;
- приемом туристов, пребывающих в гостиницу, их регистрацией и размещением по номерам;
- отправка туристов домой или к следующему пункту маршрута путешествия после окончания тура;
- обеспечение обслуживания в номерах;
- поддержание необходимого санитарно-гигиенического состояние номеров и уровня комфорта в жилых помещениях;
- оказание бытовых услуг гостям.

Служба управления номерным фондом включает следующие подразделения:

1. Служба бронирования.
2. Служба приема и размещения (ресепшн).
3. Служба эксплуатации номерного фонда (служба горничных; административно-хозяйственная служба).
4. Служба безопасности.

К функциям службы бронирования относятся:

1. Прием заявок и их обработка.

2. Составление необходимой документации: графика заездов на каждый день (неделю, месяц, квартал, год), карты движения номерного фонда.

Служба приема и размещения. Это служба, с которой больше всего контактирует гость и куда он чаще всего обращается за информацией и услугами за все время своего пребывания в гостинице.

К важнейшим функциям службы приема относятся:

- приветствие гостя;
- выполнение необходимых формальностей при его размещении;
- распределение номеров и учет свободных мест в гостинице
- выписка счетов и производство расчетов с клиентами

(предварительных и окончательных);

Служба эксплуатации номерного фонда. Самое крупное по численности персонала подразделение гостиницы. Важнейшей функцией службы является поддержание необходимого уровня комфорта и санитарно-гигиенического состояния гостиничных номеров, а также общественных помещений.

Основной задачей горничных является уборка номеров, независимо от того заняты они или нет. Кроме того, в структуру данной службы входят прачечная, химчистка, глажка белья и другие службы, обеспечивающие номера гостиницы и гостей, необходимыми для комфортного отдыха принадлежностями.

Служба безопасности отвечает за защиту имущества отеля, работников, всех гостей и их личной собственности. Руководство отеля разрабатывает программу, базирующуюся на 3-х взаимосвязанных факторах:

- Физическая безопасность;
- Работа персонала и процедуры, обеспечивающие безопасность;
- Технические системы.

Меры должны приниматься оперативно и эффективно с экономической точки зрения. Главное внимание уделяется так называемым проблемам

предупредительной безопасности, а не расследованию уже совершенных преступлений и наказанию.

В гостинице строго соблюдаются международные стандарты безопасности. В связи с этим, при открытии отеля были учтены все нюансы и приняты все необходимые меры. Работники службы безопасности работают 24 часа в сутки и отель оборудован самой современной техникой. Внедрены самые уникальные и современные стандарты противопожарной тревоги, включая людей с проблемами слуха, для которых сигналы поступают визуально на экраны телевизоров.

II. Отдел общественного питания

Обеспечивает обслуживание гостей Парк Инн в ресторане лобби-баре, решает вопросы по организации и обслуживанию банкетов, презентаций и т.д.

Состав службы:

- Кухня;
- Ресторан;
- Лобби-бар;
- Мини-бар [40]

III. Административная служба. Отвечает за организацию управления всеми службами гостиничного комплекса, решает финансовые вопросы, вопросы кадрового обеспечения, занимается созданием и поддержанием необходимых условий труда для персонала гостиницы.

Состав службы:

- Бухгалтерия;
- Кадровая служба

IV. Отдел продаж.

Занимается вопросами оперативного и стратегического планирования. Занимается вопросами привлечения новых клиентов. Занимается экскурсиями и их проведением.

V. Инженерный отдел. Создают условия для функционирования систем кондиционирования, теплоснабжения, санитарно-технического оборудования, электротехнических устройств, служб ремонта и строительства, систем телевидения и связи.

Основой конкурентоспособности гостиницы Парк Инн может быть высокая конкурентоспособность своих отраслей на национальном и международном рынках.

Гостиница Парк Инн Нижний Тагил – региональный туристический продукт и для того чтобы региональный туристический продукт пользовался спросом в дальнейшем и был конкурентоспособным необходимо сделать обширный мониторинг рынка, а именно учесть, прежде всего, его динамику и емкость, дифференциацию, ассортимент аналогичной продукции, требования и желания пользователей. Данные классификаторы помогут в ближайшей перспективе улучшить качество продукта. Параметры факторов создания регионального туристического продукта - это составляющие научного и технического прогресса вместе с информативной освещенностью [40].

Источником конкурентоспособности в условиях формирования конкурентоспособности является региональный туристический продукт, который имеет определенный набор параметров, привлекательных для туристов. Данный набор параметров может быть представлен комбинацией материальных и нематериальных элементов туристического продукта, которые используются для создания преимуществ локации. Целесообразно заметить, что региональная инвестиционная политика имеет огромное влияние на темпы развития регионального туристического продукта и является фактором сбалансирования экономической деятельности как субъектов туризма, так и субъектов других отраслей национального хозяйства, от которых зависит развитие туризма. Процесс формирования конкурентоспособности регионального туризма и активного воздействия на

данный процесс государственных органов в зависимости от специфики их действий условно можно разделить на следующие группы:

- организационная;
- экономическая;
- информационная.

Конкурентными преимуществами туристического региона можно отметить:

- уникальность туристического продукта;
- наличие аттракционных объектов;
- цена;
- качество;
- безопасность и прочие показатели.

Таблица 4

Факторы формирования конкурентных преимуществ туристического продукта «Гостиница Park Inn Нижний Тагил» [39, с.167]

№	Группа факторов	Факторы
1	Экономические	Предпринимательский климат Инвестиционная политика Кадровая политика Условия спроса
2	Организационные	Инфраструктура Система взаимодействия между органами региональной власти и бизнес-группами
3	Информационные	Региональный маркетинг Формирование положительного имиджа Информирование населения о возможностях регионального туристического продукта
4	Специальные условия	Привлекательность туристической среды Природно-климатические условия

		Трудовые ресурсы Привлекательные виды туризма, которые имеют все предпосылки для развития в регионе
--	--	---

Параметры источников конкурентоспособности и, следовательно, факторы, которые их затрагивают, являются индивидуальными для каждого туристического региона и определяются местом расположения, природно-климатическими факторами, наличием туристических объектов и т.п. Понимание и использование доминирующих факторов, которые формируют конкурентные преимущества туристического продукта, способствует развитию локации. Следовательно, для оценки конкурентоспособности туристического продукта целесообразным является использование системы факторов и групп, определение и структурное строение которых базируется на комплексном охвате процесса формирования и развития конкурентоспособности регионального туристического продукта.

Важный момент в конкурентоспособности Парк Инн Нижний Тагил является его качество, прежде всего, качество обслуживания, которое связано с:

- оперативностью проводимой работы в области подбора и организации туров по запросу потребителей;
- вежливостью обслуживания, внимания к каждому потребителю туристического продукта;
- терпением в процессе обсуждения маршрута;
- соответствием тура реальному содержанию;
- наличием согласованности всех компонентов обслуживания;
- выбором маршрута;
- оформлением необходимых документов;
- системой получения справочной информации и прочее.

Ключевыми конкурентными преимуществами рассматриваемого гостиничного комплекса можно отметить:

- доступные цены;
- управление бронированиями онлайн;
- персонал говорит на 2 языках;
- один из лучших вариантов в городе Нижний Тагил;
- безопасность.

Ключевыми услугами гостиничного комплекса Парк Инн являются:

- трансфер от/до аэропорта;
- торговый автомат-закуски;
- торговый автомат – напитки;
- сейф;
- доставка еды и напитков в номер;
- хранение багажа;
- факс/ксерокопирование.

Отметим наличие фитнес-центра, ресторана и бара, конференц-зала.

Относительно стойки регистрации можно отметить следующие характеристики:

- индивидуальная регистрация заезда/отъезда;
- банковские расчеты, безналичные расчеты;
- камера хранения багажа;
- круглосуточная стойка регистрации.

Качество является важнейшим фактором в конкурентной борьбе на рынке туристических продуктов. Оценка конкурентоспособности туристического продукта подразумевает:

- выявление конкретных требований потенциальных потребителей на рынке данного продукта;
- определение уровня рыночной цены;
- определение уровня конкуренции на рынке;
- определение параметров туристического продукта;
- оценка перспективы развития туристического продукта региона;

- окупаемость проектов по развитию туристического потенциала региона.

Таким образом, конкурентоспособность туристического продукта оценивается за счет учета ключевых критериев, результатов работы предприятий туристической отрасли с точки зрения формирования единой системы ценностей и бренда.

Второстепенным видом деятельности Парк Инн является деятельность по оказанию туристских и экскурсионных услуг – туристическая деятельность в городе Нижний Тагил в рамках заключенных договоров с туристическими фирмами города:

- Предоставление услуг по размещению Парк Инн гостиничных и жилых помещениях;
- Предоставление собственных услуг: по проведению экскурсий, гидов-переводчиков и руководителей туристских групп;
- Разработка туристских и экскурсионных маршрутов, формирование собственных путевок с последующей их реализацией;

Парк Инн предлагает своему гостю широкий диапазон услуг:

- предоставление информации об организуемых маршрутах, видах обслуживания, связанных с этими маршрутами - консультации и рекомендации;
- бронирование комплекса туров (в том числе предварительное);
- возможность организации тура по желаемым маршрутам;
- визовая поддержка;
- бронирование авиа, ж/д билетов.

Экскурсия по гостиничному объекту – уникальный продукт. В городе Нижний Тагил, несмотря на наличие других гостиниц, только Парк Инн предлагает подобное. Парк Инн – это динамичный и дружелюбный бренд.

Основные цели проведения экскурсии по гостинице это:

- ознакомление гостей с гостиничным предприятием;
- ознакомление с предлагаемыми услугами, помещениями, расположением зон обслуживания гостиницы;
- ознакомление местных жителей с гостиничным предприятием, для преодоления «барьера» и расширения границ досуга, концепции проведения мероприятий;
- ознакомление школьников и студентов профильных учебных заведений.

Группы от трех до двадцати шести человек формируются через посредников. Ими выступают «Центром развития туризма города Нижний Тагил», Демидовский колледж, Торгово-промышленная палата города, представители фармацевтических компаний. Такие запросы оговариваются заблаговременно. Также часто запрашивают экскурсию жители города и гости гостиницы. Обычно экскурсию проводит сотрудник отдела продаж. Режим работы не позволяет находиться в вечернее время в гостинице. Поэтому в Парк Инн всегда есть дежурный менеджер, который полномочен проводить экскурсию желающим. Подобная ситуация может возникнуть в любое время, поэтому каждый сотрудник отдела продаж и зон приветствия, а также дежурный менеджер должен быть готов оперативно и информативно предоставить информацию, провести экскурсию по гостиничному объекту. В отделе продаж и на стойке ресепшн есть технологическая карта и готовый текст экскурсии, который необходим для презентации.

Таким образом, доступность, радушие, современность и инновационность гостиничного комплекса является ключевым конкурентным преимуществом на рынке гостиничных услуг Нижнего Тагила, что является важным инструментом улучшения положения на рынке туристических услуг Нижнего Тагила. Гостиничный комплекс может стать одним из объектов увеличения туристической привлекательности города, привлечения инвесторов в рамках активизации делового туризма. Возможности гостиничного комплекса Парк Инн дают возможность

развивать деловой туризм на территории Нижнего Тагила, о чем свидетельствует наличие конференц – залов, обширных и просторных холлов, уютных номеров.

2.2. Содержание экскурсии по гостинице «Парк Инн»

Гостиница Парк Инн - это принципиально новый для региона проект. Это идеальное место как для туристов, так и для деловых путешественников.

Гостиница, с одной стороны, передает дух нового Нижнего Тагила, с другой, позволяет насладиться современным ритмом насыщенной жизни.

Тема экскурсии «Экскурсия по гостинице Парк Инн».

Цель предлагаемой экскурсионной программы: ознакомление гостей с гостиничным предприятием, предлагаемыми услугами, помещениями, расположением зон обслуживания гостиницы.

Задачи экскурсионной программы:

- заинтересовать гостей в выборе данной гостиницы и прочих ее услугах привлекательных мест в городе Нижний Тагил;
- предоставить необходимую информацию гостям города о предлагаемых услугах гостиничным предприятием;
- повысить конкурентоспособность гостиничного предприятия путем оказания качественного экскурсионного обслуживания;
- предоставить счерпывающую информацию о гостиничном объекте: расположении помещений, работе ресторана, дополнительных услугах.

Технологическая карта экскурсии включает: маршрут, места остановок, объекты показа, время, основное содержание информации, указание по организации, методические указания (приложение № 3).

В процессе подготовки экскурсии были разработан контрольный текст экскурсии (приложение №4), а также «портфель экскурсовода» (приложение №5).

Основными составляющими при ознакомлении с гостиницей являются:

- пространство Лив Инн (лобби, ресепшн, бар);
- конференц-зал Минск/Астана;
- конференц-зал Киев;
- конференц-зал Ереван;
- конференц-зал Баку;
- конференц-зал Москва/Санкт-Петербург;
- ресторан Лив Инн Рум;
- номер категории Стандарт;
- номер категории Улучшенный;
- номер категории Полулюкс;
- номер категории Люкс;
- тренажерный зал;
- пространство Лив Инн (ресепшн).

Продолжительность экскурсии 50 минут.

Целевой сегмент Парк Инн можно определить следующим образом:

Популярность среди аудитории моложе 39 лет;

Уровень дохода: средний и выше среднего;

Образование: чаще всего высшее, но роли не играет;

Мотив путешествия:

- желание делового отдыха;
- желание посетить регион;
- желание познакомиться с единомышленниками.

Жизненный стиль: энергичный, современный городской житель, занятый торговой или управленческой деятельностью, часто работающий в выходные и праздники, ощущающий нехватку времени для приключений и общения с природой, восприимчивый к новинкам, скептически относящийся к массовым направлениям в туризме.

Набор услуг включает в себя основные и дополнительные. В рамках реализации экскурсионного обслуживания по гостиничному объекту предоставляются следующие основные услуги:

- рассказ об истории развития сети отелей Парк Инн;
- предоставление информации о расположении помещений гостиничного комплекса;
- рассказ о городе Нижний Тагил с перечислением основных достопримечательностей с целью поддержки интереса гостей и жителей к городу;
- предложение услуг гостиничного комплекса по ходу демонстрации помещений гостиницы.

Ключевые объекты показа, это номерной фонд:

Стандартные номера располагают уютной атмосферой, стильным дизайном и современными удобствами. Площадь стандартного номера 20 кв.м., максимальное количество гостей - 2 взрослых и 1 ребенок. Ключевые характеристики стандартного номера: бесплатный интернет, фен для волос, индивидуальная система климат-контроля, спутниковое телевидение, функциональный стол, сейф.

Улучшенные номера включают дополнительные удобства – банный халат, тапочки, мини-бар, а также бесплатные чай и кофе. Площадь улучшенного номера - 27 кв.м., максимальное количество гостей – 2 взрослых и 1 ребенок. Основными характеристиками улучшенного номера являются: банный халат и тапочки, кофе и чай, улучшенные туалетные принадлежности, бесплатный интернет, фен для волос, индивидуальная система климат-контроля, спутниковое телевидение, мини-бар, функциональный стол, сейф, а также комплимент от отеля.

Номер категории полулюкс располагает большим пространством. Площадь данного номера - 32 кв.м., максимальное количество гостей – 2 взрослых и 2 ребенка. Ключевыми характеристиками номера полулюкс являются: халат и тапочки, кофе и чай, улучшенные туалетные

принадлежности, бесплатный интернет, спутниковое телевидение, мини-бар, функциональный столик, сейф, комплимент от отеля, большая удобная кровать [40].

Номера категории люкс разделяются зонально на спальную и гостиную зоны. К услугам гостей большая мягкая кровать, высокоскоростной бесплатный интернет, а также спутниковое телевидение. Площадь номера Люкс - 39 кв.м., максимальное количество гостей – 2 взрослых и 2 ребенка. Ключевыми характеристиками номера Люкс являются: халат и тапочки, кофе и чай, улучшенные туалетные принадлежности, бесплатные напитки в мини-баре, бесплатный интернет, фен для волос, индивидуальная система климат-контроля, спутниковое телевидение, функциональный стол, сейф, просторный холл и гостиная, комплимент от отеля, большая мягкая кровать, ванная [40].

Конференц-залы.

Для проведения деловых мероприятий Park Inn by Radisson Нижний Тагил предлагает 5 конференц-залов (Минск, Астана, Киев, Баку, Ереван) и 1 многофункциональный зал, который делится на 2 части (Москва и Санкт-Петербург), многофункциональный зал, в котором можно проводить как деловые мероприятия, так и торжественные: банкеты, свадьбы, фуршеты и т.д. Все залы оснащены современным аудио-, видео-, конференц-оборудованием (проектор, экран, флипчарт, микрофоны). На всей территории гостиницы работает бесплатный Wi-Fi. В каждом зале на одной из стен имеется покрытие, на котором можно делать записи, звуковая панель, индивидуальный климат-контроль.

Ресторан «Лив Инн Рум».

Ресторан предлагает гостям блюда традиционной русской и европейской кухни. Здесь сервируется завтрак «шведский стол», организуются бизнес-ланчи, а также обслуживание по системе А ЛЯ КАРД. Уютный интерьер не оставит гостей равнодушными, удобно расположившись и наслаждаясь красивым видом на пруд. Ресторан

рассчитан на 70 посадочных мест. Зал ресторана подойдет для небольших торжественных мероприятий.

Кроме того, в рамках экскурсионного обслуживания предлагаются дополнительные услуги:

- предоставление информации об объектах города Нижний Тагил по запросу;
- услуги гида и организация индивидуального экскурсионного сопровождения;
- предоставление дополнительной информации об услугах гостиницы по запросу.

Экскурсионная программа носит ознакомительный характер и ориентирована на улучшение коммуникации между сотрудниками гостиничного предприятия и гостями с целью увеличения качества обслуживания. [40]

Гостиница располагает службой, которая занимается экскурсионным обслуживанием, но также гостиница имеет заключенный договор с Центром развития туризма города Нижний Тагил.

На территории города действует значительное количество туристических компаний, с которыми рассматриваемое гостиничное предприятие могло бы расширить партнерство. Такие фирмы предоставляют услуги экскурсовода, который может заниматься составлением экскурсионного маршрута, осуществлением отбора и изучение экскурсионных объектов по городу Нижний Тагил. Администратор гостиницы формирует экскурсионные группы. В результате проведения экскурсии постояльцы могут получить культурные, а также географические знания по различным частям города Нижний Тагил. В будущем это даст возможность постояльцам гостиницы с легкостью ориентироваться в центре города, а также посещать достаточно интересные заведения отдыха, парк отдыха и просто наслаждаться прогулкой по городу.

Преимущественно в качестве источника информации для составления программы экскурсии являются собственные информационные ресурсы гостиничного предприятия, сайт гостиничного предприятия, а также информационные ресурсы Администрации Нижнего Тагила. По возможности сотрудниками гостиницы возможно обращение к работникам Нижнего Тагила, а также сотрудникам туристического центра с целью совершенствования и обеспечения разнообразия экскурсионной программы по городу Нижний Тагил. [41]

В туристической деятельности цены на сформированный тур как комплекс оказываемых услуг обосновывает, рассчитывает и устанавливает Парк Инн.

Произведем экономическое обоснование экскурсии. Рассчитаны затраты на организацию и проведение экскурсии. В соответствии со ст. 52 Основы законодательства Российской Федерации о культуре, утвержденных Вс РФ 09.10.1992 №3612-1 плата (цена) за услуги, предоставляемые населению рассчитываются специалистами бухгалтерских и экономических служб учреждений культуры самостоятельно на основании калькуляции на каждый вид услуги.

При заказе экскурсии на группу обычно бронируют питание на 7-13 человек. Поэтому предлагается возможный расчет. Стоимость однодневой экскурсии для группы на 10 человек:

- питание: одноразовое

240 руб. * 1 день * 10 чел. = 2400 руб.

Услуги экскурсовода (сопровождение группы, проведение экскурсии):

300 руб. * 10 чел. = 3000 руб.

Итого: 2400+3000 = 5400 руб.

Накладные расходы (10% от суммы затрат) = 540 руб.

Прибыль учреждения (20% величины расходов) = 1080 руб.

Без учета НДС (18%) = 5949, 15 руб.

Всего (с учетом НДС) = 7020 руб.

Стоимость экскурсионной путевки на 1 чел. составит 720 руб. (7020 руб. 10 чел). На долю учреждения приходится порядка 2,25 общей стоимости экскурсии: $540 + 1080 : 720 * 100\% = 2,25\%$

Иными словами, можно судить о привлекательности экскурсии для гостиницы Парк Инн не только с точки зрения получения дополнительного дохода, но и увеличения привлекательности для потенциальных клиентов – туристов, командировочных и категорий посетителей рассматриваемого гостиничного комплекса.

Таким образом, предлагаемая экскурсия включает в себя ключевые объекты гостиничного комплекса и ориентирована на увеличение туристической привлекательности гостиничного комплекса, повышение роли гостиничного комплекса в развитии туризма в городе Нижний Тагил.

В заключение отметим, что экскурсия по гостиничному комплексу Парк Инн проводится в рамках маршрута «Малахитовая линия», что говорит об ориентации гостиничного комплекса на увеличение туристической и деловой привлекательности Нижнего Тагила. Гостиничный комплекс Парк Инн является современным и оборудован по последнему слову техники, предлагая своим посетителям качественные услуги, что является существенным конкурентным преимуществом. Отметим также современный вид здания гостиничного комплекса, выполненного в строгом деловом стиле, что подчеркивает ориентацию гостиничного предприятия на проведение деловых мероприятий и в целом повышение значимости делового туризма в городе Нижний Тагил.

Предлагаемая экскурсия по гостиничному комплексу ориентирована на повышение туристической и деловой привлекательности не только гостиничного комплекса в Нижнем Тагиле, но также и самого города. Помимо этого, подобное предложение в виде экскурсии в гостиничном комплексе является дополнительным конкурентным преимуществом, повышая уровень комфорта постояльцев рассматриваемого гостиничного предприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучение особенностей проектирования экскурсии позволяет прийти к выводу о том, что экскурсия выступает в качестве части туристического продукта, а также может являться самостоятельной деятельностью. Экскурсия ориентирована на познание человеком окружающего мира, который построен в естественных условиях по заранее отобраннным объектам для показа. Существует несколько категорий классификации экскурсий: по содержанию, по составу и количеству участников, месту проведения, по способу передвижения, по продолжительности, по форме проведения, в связи с чем можно говорить о значительном разнообразии различных экскурсий в зависимости от условий и тематики. Структурными компонентами экскурсии являются экскурсовод, экскурсионный объект, а также экскурсант. В процессе проведения экскурсии привлекаются различные виды информации: политическая, социальная, научная, художественная, техническая, экономическая и прочие.

Композиция экскурсии включает в себя вступление, основную часть, введение в тему, кульминацию и заключение. Важно – наличие логического перехода между различными подтемами экскурсии для построения единства информации и доступного изложения фактов об объекте экскурсионной группе.

Экскурсией исполняется несколько функций: экономическая, идейно-политическая, общеобразовательная, информационная, воспитательная, организация содержательного отдыха, расширение кругозора, формирование интересов человека. Этапы подготовки экскурсии: выбор темы, осуществление отбора и изучение источников, формирование новой экскурсии на избранную тему, подготовка экскурсии и ее проведение. Заметим, что подготовка экскурсии подразумевает значительный объем предварительной обработки информации по объекту с учетом темы предстоящей экскурсии.

Говоря об особенностях проведения экскурсий по гостиничным объектам можно отметить, что проведение экскурсии в гостиничном комплексе является достаточно привлекательным как для посетителей, так и для гостиничного предприятия: в первом случае посетители могут ознакомиться с предложениями гостиничного предприятия, во втором случае это увеличение имиджа гостиничного комплекса, увеличение уровня коммуникабельности с клиентами и рост туристической привлекательности объекта и как следствие увеличения уровня посещаемости, наполняемости и доходов гостиничного комплекса. Последнее представляется наиболее привлекательным в рамках увеличения эффективности гостиничной деятельности и рентабельности гостиничного комплекса. Помимо этого, экскурсия предполагает вовлечение гостиничного комплекса в туристическую отрасль города и включение данного объекта как туристского.

В рамках данного исследования была произведена разработка экскурсии по гостинице «Парк Инн» в рамках маршрута «Малахитовая линия». Маршрут «Малахитовая линия» является туристическим в городе Нижний Тагил, включая основные и наиболее значимые туристские объекты города. Отметим, что гостиница Парк Инн занимает особое место в маршруте «Малахитовая линия», в связи с чем было произведено проектирование экскурсии по данному гостиничному комплексу.

Разработанная экскурсия по гостиничному комплексу Парк Инн в рамках маршрута «Малахитовая линия» ориентирована на увеличение туристической и деловой привлекательности не только самой гостиницы, как современной и инновационной, но и самого города Нижнего Тагила, для чего организовано активное сотрудничество с Центром по развитию туризма в городе Нижний Тагил. Особая роль гостиничного комплекса отводится развитию делового туризма, что определяют конгресс-возможности конференц-залов рассматриваемой гостиницы.

По содержанию – тематическая экскурсия.

Тема экскурсии «Экскурсия по гостинице Парк Инн».

Этапы экскурсии: вступление, введение в тему, логический переход, подтема «Конференц-возможности», логический переход, подтема «Номерной фонд», развязка, вопросы, заключение.

Основными объектами при ознакомлении с гостиницей Парк Инн являются:

- пространство Лив Инн (лобби, ресепшн, бар);
- конференц-зал Минск/Астана;
- конференц-зал Киев;
- конференц-зал Ереван;
- конференц-зал Баку;
- конференц-зал Москва/Санкт-Петербург;
- ресторан Лив Инн Рум;
- номер категории Стандарт;
- номер категории Улучшенный;
- номер категории Полулюкс;
- номер категории Люкс;
- тренажерный зал;
- пространство Лив Инн (ресепшн).

Рассчитаны затраты на организацию и проведение экскурсии.

При заказе экскурсии на группу обычно бронируют питание на 7-13 человек. Поэтому предлагается возможный расчет. Стоимость однодневной экскурсии для группы на 10 человек:

- питание: одноразовое

240 руб. * 1 день * 10 чел. = 2400 руб.

Услуги экскурсовода (сопровождение группы, проведение экскурсии):

300 руб. * 10 чел. = 3000 руб.

Итого: 2400+3000 = 5400 руб.

Накладные расходы (10% от суммы затрат) = 540 руб.

Прибыль учреждения (20% величины расходов) = 1080 руб.

Без учета НДС (18%) = 5949, 15 руб.

Всего (с учетом НДС) = 7020 руб.

Стоимость экскурсионной путевки на 1 чел. составит 720 руб. (7020 руб. 10 чел). На долю учреждения приходится порядка 2,25 общей стоимости экскурсии: $540 + 1080 : 720 * 100\% = 2,25\%$

Таким образом, можно судить о привлекательности экскурсии для гостиницы Парк Инн не только с точки зрения получения дополнительного дохода, но и увеличения привлекательности для потенциальных клиентов – туристов, командировочных и категорий посетителей рассматриваемого гостиничного комплекса.

Спроектированная экскурсия по гостиничному комплексу позволяет получить дополнительное конкурентное преимущество в области обслуживания клиентов, увеличить уровень комфорта постояльцев, дает возможность увеличить уровень туристической и деловой привлекательности города.

Предлагаемая экскурсия позволит работать гостиничному комплексу над увеличением доли рынка, увеличением темпов роста продаж, усилением конкурентного преимущества среди других гостиничных предприятий города Нижний Тагил. Кроме того, реализация предлагаемой экскурсионной программы повысит престиж гостиницы и туристический потенциал города Нижний Тагил.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 53522-2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения. – Введ. 2010-07-01 – М.: Стандартиформ, 2010
2. ГОСТ Р 50690-2000. Туристские услуги. Общие требования. – Введ. 2001-30-06 – М.: Госстандарт России, 2004
3. ГОСТ Р 50681-94. Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг. – Введ. 1995-01-01 – М.: Издательство стандартов, 1995
4. ГОСТ Р 50644-94. Туристско - экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов. – Введ. 1994-07-01 – М.: Издательство стандартов, 1994
5. Акимов О. С. Перспективы развития рынка туристских услуг [Текст] / О. С. Акимов // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2015. – № 4 (2). – С. 72-74.
6. Актуальные проблемы туризма [Текст] : сб. науч. тр. / Рос. Международная. Акад. Туризма. – М. : РМАТ, 1997. – Вып. 1. – 353 с.
7. Александрова, А. Ю. Международный туризм [Текст] : учебник / А. Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 470 с.
8. Баранов А. В. Условия и факторы, оказывающие влияние на формирование и развитие рынков туристских услуг [Текст] / А. В. Баранов // Актуальные вопросы экономических наук. – 2016. – № 49. – С. 169-173.
9. Безрукова, Н. Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме [Текст] : учебник / Н. Л. Безрукова, В. С. Янкевич; под ред. В. С. Янкевича. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 416 с.
10. Биржаков, М. Б. Введение в туризм [Текст] / М. Б. Биржаков, Э. Н. Павлова. – СПб.: Герда, 2007. – 406 с.
11. Бочкарь Е. В. Прикладные аспекты разработки экскурсии [Текст] / Е. В. Бочкарь // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. – 2016. – № 1. – С. 528-532.

12. Габбасова Р. А. К вопросу о значении разработки и внедрения экскурсий [Текст] / Р. А. Габбасова // Актуальные вопросы современной науки / Уф. гос. нефтяной тех. ун-т. – Уфа, 2016. – С. 159-162.
13. Егорова И. А. Технология создания экскурсионного продукта [Текст] / И. А. Егорова // Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации / 2015. – С. 125-127.
14. Иванова А. Н. Показатели уровня обслуживания населения туристскими услугами [Текст] / А. Н. Иванова // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014. – № 12. – С. 205-208.
15. Иванова С. А. Проблемы ответственности в сфере оказания туристских услуг [Текст] / С. А. Иванова // Образование и право. – 2016. – № 5. – С. 66-72.
16. Каменских Э. А. Формирование нового взгляда на туристско-рекреационную услугу [Текст] / Э. А. Каменских // Интернет-журнал Науковедение. – 2014. – № 2 (21). – С. 43.
17. Карабанова И. В. Методика разработки тематической экскурсии [Текст] / И. В. Карабанова // Физическая культура и спорт. Сервис и туризм. / Донской гос. тех. ун-т. – Р н/Д, 2014. – С. 399-401.
18. Карасева Т. А. Особенности функционирования рынка туристских услуг на региональном уровне [Текст] / Т. А. Карасева // Проблемы экономики и управления в регионе / Псковский гос. ун-т. – Псков, 2016. – С. 28-34.
19. Ляш О. И. Разработка элементов виртуальных экскурсий [Текст] / О. И. Ляш // Современное образование: традиции и инновации. – 2014. – № 2. – С. 63-67.
20. Мачалкин С. Е. Направления формирования и развития гостиничных цепей на рынке туристских услуг [Текст] / С. Е. Мочалкин // Социально-экономические явления и процессы. – 2016 – № 5. – С. 38-42.
21. Меркулова Т. А. Разработка нового экскурсионного маршрута [Текст] / Т. А. Меркулова // Курорты. Сервис. Туризм. – 2014. – № 2 (23). – С. 112-121.

22. Молдажанов М. Б. Проблемы управления туристскими услугами [Текст] / М. Б. Молдажанов // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1. – С. 592.
23. Найдина, А. А. Новые экскурсионные программы как фактор повышения туристской привлекательности региона [Текст] / А. А. Найдина // Россия и Китай: новый вектор развития социально-экономического сотрудничества. – М., 2014. – С. 61-70
24. Организация туризма [Текст] : учеб. пособие / А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, Т. М. Сергеева [и др.]. – Минск: Новое знание, 2003. – 632 с.
25. Перова Т. В. К вопросу о качестве туристской услуги [Текст] / Т. В. Толстова // Инновационные технологии управления / Нижегород. гос. пед. ун-т им. К.Минина – Нижний Новгород, 2015. – С. 243-244.
26. Песоцкая Е. В. Этологический подход в управлении туристскими услугами [Текст] / Е. В. Песоцкая // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2016. – № 3 (99). – С. 92-97.
27. Сотник А. П. Разработка рекомендаций по стимулированию сбыта туристского продукта [Текст] / А. П. Сотник // Белгородский экономический вестник. – 2015. – № 3 (79). – С. 111-117.
28. Сусикова Т. С. Маркетинговые исследования туристских услуг [Текст] / Т. С. Сусикова // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2016. – № 41-1. – С. 105-111.
29. Терентьева О. В. Опыт разработки экскурсии [Текст] / О. В. Терентьева // География в Саратовском университете. Современные исследования. / Саратов, 2014. – С. 188-192.
30. Толстова А. Е. Туристская услуга как объект правового регулирования [Текст] / А. Е. Толстова // Актуальные проблемы развития гражданского права и процесса на современном этапе. Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. / Краснодар. ун-т МВД России – Краснодар, 2015. – С. 187-193.

31. Федина И. М. Исторические подходы к разработке экскурсий [Текст] / И. М. Федина // Курорты. Сервис. Туризм. – 2015. – № 3-4 (28-29). – С. 140-146.
32. Фирсова А. В. Туристское проектирование [Текст] : сборник статей : в 5 т. / А. В. Фирсова – Т.4. : География и регион. – Пермь : 2015. – 277 с.
33. Фотеева А. А. Исследование и разработка систем проектирования виртуальных экскурсий [Текст] / А. А. Фотеева // Разработка и внедрение автоматизированных информационных систем. Сборник научных трудов секции Международной научно-практической конференции «Информационные ресурсы и системы в экономике, науке, образовании» (23 апреля 2016 г.) / Пенз. гос. тех. ун-т. – Пенза, 2016. – С. 19-24.
34. Цыбульская Л. А. Роль информационно-коммуникационных технологий в повышении эффективности и конкурентоспособности оказываемых услуг туристскими организациями [Текст] / Л. А. Цыбульская // Развитие механизмов функционирования экономики и финансов. Материалы I Всероссийской научно-практической конференции (17-18 июня 2016 г.) / Фин. ун-т. – Коктебель, 2016. – С. 131-134.
35. Чирков Н. М. Туристская услуга как особый тип товара [Текст] : сборник статей: в 2-х т. / Н. М. Чирков – Т.2. : Молодежь. Наука. Будущее. – М. : 2016. – 245 с.
36. Шалаков Д. В. Инновационные подходы к разработке городских пешеходных экскурсий [Текст] : учебник / Д. В. Шалаков; под ред. проф. В. Г. Шилько. –Томск: 2015. – 326 с.
37. Шевченко И. А. Методические особенности разработки экскурсий [Текст] / И. А. Шевченко // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. – С. 868.
38. Шипик, Т. А. Актуальные проблемы и перспективы в сфере туристских услуг [Текст] / Т. А. Шипик // Теоретические и практические аспекты юриспруденции. Сборник статей по итогам научно-практического семинара (25 мая 2016 г.) / Российский гос. соц. ун-т. – Саратов, 2016. – С. 131-135.

39. Шмелева А. Н. Проблема оценки качества туристских услуг в РФ [Текст] / А. Н. Шмелева // NovaInfo.Ru. – 2016. – № 49. – С. 167-173.
40. Официальный сайт гостиницы Парк Инн Нижний Тагил. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.parkinn.ru/hotel-nizhny-tagil> – Загл. с экрана. – Дата обращения: 18.11.2016
41. Официальный сайт Центра развития туризма Нижнего Тагила. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://turizmmt.ru/center> – Загл. с экрана.
42. Туризм в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rustur.ru> – Загл. с экрана. – Дата обращения: 18.11.2016
43. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> – Загл. с экрана. – Дата обращения: 15.11.2016
44. Официальный сайт Российского информационного агентства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ura.ru> – Загл. с экрана. – Дата обращения: 20.12.2016
45. Официальный сайт Истории Улиц Нижнего Тагила [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://historyntagil.ru> – Загл. с экрана. – Дата обращения: 03.12.2016

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Характеристика потенциальных потребителей услуги

Показатель	Характеристика показателя
Характеристика дохода	
До 20 тысяч рублей	6,9%
21-30 тысяч рублей	53,5%
31-50 тысяч рублей	12,4%
51-75 тысяч рублей	27,2%
Семейное положение	
Женаты/Замужем	29,2%
Холост/не замужем	70,8%
Место проживания	
Екатеринбург	16,1%
Новосибирск	10,2%
Барнаул	7,2%
Остальные города-миллионеры	22,5%
Прочие города от 500 тыс. до 1 млн. чел.	17,0%
Прочие города от 100 до 500 тыс. чел.	27,0%

Информационная брошюра «Малахитовая линия»



Рисунок 1. Информационная брошюра «Малахитовая линия»

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Технологическая карта экскурсии

Тема экскурсии: «Экскурсия по гостинице Парк Инн»

Продолжительность: 50 минут

Содержание экскурсии: пешеходная экскурсия по привлекательным для гостя объектам гостиницы Парк Инн

Маршрут экскурсии: Пространство Лив Инн (лобби, ресепшн, бар) – конференц-зал Минск/Астана, конференц – зал Киев, конференц – зал Ереван, конференц-зал Баку, конференц – зал Москва/Санкт-Петербург, ресторан Лив Инн Рум, номер категории Стандарт, номер категории Улучшенный, номер категории Полулюкс, номер категории Люкс, тренажерный зал, пространство Лив Инн (лобби, бар, ресепшн).

Таблица 1

Технологическая карта экскурсии

Маршрут	Места остановок	Объекты показа	Время	Основное содержание информации	Указание по организации	Методические указания
1	2	3	4	5	6	7
Пространство Лив Инн – ресепшн гостиницы Парк Инн	Бар	Лобби, бар	2 мин.	Рассказ о бренде Парк Инн. Содержание экскурсии	Дружелюбно е приветствие и знакомство. Рассказ ведется при одновременном панорамном осмотре экскурсантам и пространства и интерьера гостиницы	Использовать справку, объяснения, прием предварительного осмотра, раскрывая историю бренда и дату открытия гостиницы
Ресепшн – конференц зал Минск/Астана	Конференц-зал Минск	Конференц-зал Минск/Астана, расстановка и оснащение	3 мин.	Рассказ о вместимости, оборудовании, стоимости аренды	Пройти к окну зала, чтобы гости удобно растянулись по периметру. Включить общий свет	Использовать прием вопрос-ответ, изучая потребности экскурсантов в данной информации
Конференц-зал Минск/Аст	Конференц зал Киев	Конференц зал Минск/Аст	3 мин.	Рассказ о вместимости, оборудовании,	Пройти к окну зала, чтобы гости	Использовать прием предваритель

ана - конференц-зал Киев		ана, расстановк а и оснащение , оборудова ние для онлайн конференц ий, выход на веранду		стоимости аренды. Рассказ о специфике зала, возможности зала	удобно растянулись по периметру Включить общий свет.	ного осмотра, зрительной реконструкц ии, при рассказе прием объяснения
Конференц-зал Киев конференц-зал Ереван	Конференц-зал Ереван	Зове кофе-паузы, конференц-зал Ереван, расстановк а и оснащение	3 мин.	Рассказ о кофе-паузах, предлагаемых в рамках проведения мероприятий, вместимости, оборудовании, стоимости аренды	Пройти к окну зала, чтобы гости удобно растянулись по периметру. Включить общий свет. Отметить другую расстановку.	Использовать прием вопросов-ответов в объяснения, описывая события, связанные с происхождением названия залов. При показе использовать прием предварительного осмотра.
Конференц-зал Ереван-конференц-зал Баку	Конференц-зал Баку	Конференц-зал Баку, расстановк а и оснащение	3 мин	Рассказ о вместимости, оборудовании, стоимости аренды	Пройти к окну зала, чтобы гости удобно растянулись по периметру. Включить общий свет. Отметить другую расстановку	Использовать прием вопросов-ответов и объяснения, описывая характер картин и особенности интерьера, связанные с корпоративной особенностью застройщика. При показе использовать прием предварительного осмотра
Конференц-зал Баку-конференц-зал Москва/Санкт-Петербург	Конференц-зал Москва/Санкт-Петербург	Медная лестница, большая зона кофе-паузы. Конференц-зал Москва/Санкт-Петербург	6 мин	Рассказ о специальном проекте изготовления лестницы. Рассказ о многофункциональности зала и его	Пройти в центр зала, чтобы гости удобно растянулись по периметру и слышали информацию.	Использовать прием объяснения, вопросов-ответов, зрительного сравнения, материалы

		нкт-Петербург, расстановк а и оснащение		уникальности, рассказ о вместимости, оборудовании, стоимости аренды. Исторические события, связанные с данным местом	Включить общий свет. Отметить другую расстановку. Дать время для самостоятель ного осмотра зала и стены	«портфеля экскурсовода », использовать панорамного показа
Конференц-зал Москва/Санкт-Петербург-ресторан Лив Инн Рум	Ресторан Лив Инн Рум	Ресторан Лин Инн Рум	2 мин	Рассказ о количестве посадочных мест, видов питания. Отметить интерьер.	Не проходить в центр, чтобы не нарушать атмосферу кушающих гостей, описать зону сервировки «Шведский стол». Отметить панорамный вид.	При рассказе использовать прием описания, при показе прием локализации событий
Ресторан Лив Инн Рум – номер категории Стандарт	Лифт. Номер категории Стандарт	Этаж. Номер категории Стандарт	5 мин	Рассказ о площади номера, об оснащении номера, стоимости уникальности интерьера	Пройти в дальний угол. Подвести группу к кровати, показать светодиодную панель у изголовья, предложить самим поуправлять. Рассказать про стандарты и системы безопасности. Дать время для самостоятель ного осмотра	При рассказе использовать прием описания. Использовать прием вопрос-ответ, изучая потребности экскурсантов в данной информации. Использовать прием предваритель ного осмотра, зрительной реконструкц ии, при рассказе прием объяснения
Номер категории Стандарт – номер категории Улучшенн ый		Номер категории Улучшенн ый	5 мин.	Рассказ о площади номера, об оснащении номера, отличии, стоимости, уникальности интерьера, Правила доставки в номер	Пройти в дальний угол. Подвести группу к мини бару, показать и рассказать о содержании. Дать время для	При показе использовать прием предваритель ного осмотра. Использовать прием вопрос-ответов и

					самостоятель ного осмотра	объяснения
Номер категории Улучшенн ый- номер категории Полулюкс		Вид на панораму города. Номер категории Полулюкс	5 мин	Рассказ о площади номера, об оснащении номера, отличии стоимости, уникальности интерьера. Правила прачечной.	Пройти в дальний угол. Расположить группу, чтобы хорошо просматривал ись противополо жный берег с Лисьей горой. Обратить внимание на гардеробную комнату. Дать время для самостоятель ного осмотра	При показе использовать прием предваритель ного осмотра. Используй ть прием вопросов- ответов и объяснения
Номер категории Полулюкс- номер категории Люкс		Номер категории Люкс	5 мин	Рассказ о площади номера, об оснащении номера, отличии, стоимости, уникальности интерьера. Известные гости, останавливающие ся в номере	Пройти в центр. Предложить группе посмотреть ванную, наполнение номера. Обратить внимание на номер коннет. Дать время для самостоятель ного осмотра	При показе использовать прием предваритель ного осмотра. Используй ть прием вопросов- ответов и объяснения, зрительного сравнения
Номер категории Люкс- тренажерн ый зал	Лифт	Тренажерн ый зал	5 мин	Планы эвакуации. Правила пользования карточным доступом. Правила пользования парковкой	Пройти в центр. Предложить группе посмотреть тренажеры. Обратить внимание на правила безопасности	При показе использовать прием предваритель ного осмотра, зрительной реконструкц ии. Используй ть прием вопросов- ответов и объяснения
Тренажерн ый зал – пространст во Лив Инн (лобби,	Лифт. Ресепшн	Ресепшн	6 мин	Правила заселения. Общая информация	Перейти к ресепшн. Предложить обед, напитки. Поблагодарит	Используй ть прием вопросов- ответов и объяснения. Прием

бар, ресепшн)					ь за внимание. Раздать брошюры и визитки.	активного слушания. При рассказе использовать прием описания, при показе прием локализации событий.
------------------	--	--	--	--	---	--

Далее экскурсионная группа следует на следующий этап маршрута, либо размещается в гостинице.

Контрольный текст экскурсии

Вход.

Добрый день, уважаемые гости!

Меня зовут Ксения.

Я рада приветствовать Вас в Парк Инн Нижний Тагил. Сегодня я проведу для вас экскурсию по нашему отелю.

Парк Инн яркий и динамично развивающийся бренд, в России мы 27 гостиница. Парк Инн относится с вниманием к каждой детали и в данном случае даже место расположения выбрано не случайно, живописная набережная – одна из главных достопримечательностей города.

Коротко об улице.

Возникновение улицы можно относить к началу 19 века, что связано было с закладкой заводского сада в 1830 году и строительством Демидовского госпиталя в 1829 году. При формировании Горошникова вобрала в себя несколько улиц с разными названиями и их вариантами. Первоначально называлась Уральской, и фактически была продолжением улицы парка Бондина. В 1964 г. в связи с реконструкцией берега заводского пруда и строительством набережной улица Уральская была переименована в улицу Уральска – Набережная. Встречается и другое название улицы – Береговая-Уральская. 21 декабря 1972 года улица Уральская была переименована в улицу Горошникова.

Горошников Иосиф Матвеевич – полковник милиции, заместитель начальника УВД г. Нижнего Тагила. Погиб 18 ноября 1972 г. при задержании вооруженного преступника. Посмертно награжден орденом Красной Звезды.

Паравоз.

Также вы наверняка увидели и, не сомневаюсь, сделали несколько фото с паровом у парадного входа. Макет первого паровоза, а точнее его вторая копия передана в дар гостинице. Паровоз представляет посетителям тот факт, что город является пионером в строительстве железнодорожного транспорта.

Лобби.

Парк Инн— бренд гостиниц, который стремится сделать пребывание гостей максимально удобным и комфортным. Характер бренда проявляется в таких эпитетах: позитивный, дружелюбный, полон жизни и без лишних сложностей. Вместе с тем, Парк Инн приносит в Нижний Тагил сервис международного уровня и инновации в каждой детали. Гостиница имеет категорию 4 звезды, о чем свидетельствует пройденная сертификация в марте 2015 года.

Мы находимся в пространстве лив ин рум , объединяющее лобби, ресепшн, бар и ресторан, который находится на -1 этаже.

Мы стремимся к тому, чтобы наши гости почувствовали атмосферу домашнего уюта. Здесь можно зарегистрироваться гостям, проводить деловые обеды, или неформальные встречи, а также коротать время в баре.

Дорогие гости, сначала мы посмотрим наши конференц-возможности, далее я покажу вам наши ресторан и в завершении у нас будет возможность посмотреть номера.

Конференц-залы на первом этаже.

Для проведения деловых мероприятий Парк Инн Нижний Тагил предлагает 5 конференц-залов (Минск, Астана, Киев, Баку, Ереван) и 1 многофункциональный зал, который делится на 2 части (Москва и Санкт-Петербург). Залы символично названы в честь столиц СНГ, так как открытие гостиницы приурочено к проведению международной выставки вооружений. Сейчас мы находимся в конференц-зале, который при желании можно разделить на две части с помощью шумоизолирующей стены – Минск и Астана. Все залы оснащены современным аудио-, видео-, конференц-оборудованием (проектор, экран, флипчарт, микрофоны). На всей территории гостиницы работает бесплатный Wi-Fi. В этом зале очень удобно проводить долговременные конференции и тренинги, так как в нем присутствует дневное освещение.

Следующий зал. Конференц-зал Киев. В этом зале постоянная расстановка на 14 мест – только «круглый стол». Так называемый зал переговоров. В этом зале есть возможность выхода на террасу, или накрытие кофе-паузы на ней в теплое время года. В каждом зале на одной из стен имеется покрытие, на котором можно делать записи, звуковая панель, индивидуальный климат-контроль.

Перед следующими залами обращаю Ваше внимание на сервированное пространство. Зона кофе-паузы. Во время конференций мы предлагаем организаторам и гостям выбрать брейк из фирменного «Смарт-меню».

- Идеально сбалансированное питание поддерживает высокую продуктивность на протяжении всего дня.
- Легкие и питательные блюда с низким содержанием жиров и высоким содержанием белков, а также большой выбор овощей и фруктов.

Вашему вниманию представляем два идентичных зала с разными расстановками – Баку и Ереван. Залы подходят под расположение оптимально комфортного количества человек, от 15 до 30.

Чтобы продемонстрировать следующий зал, нам необходимо спуститься вниз. Хочется предложить не лифт, а лестницу, ведь она тоже является арт-объектом в гостинице. Сталь для нее специально отливали тагильские рабочие и изготавливали по заказу дизайн-проекта корпоративный цвет.

Перед вами многофункциональный зал, в котором можно проводить как деловые мероприятия, так и торжественные: банкеты, свадьбы, фуршеты и т.д. Сервировку и оформление вы можете посмотреть в предложенном портфолио. Площадь всего зала 270 кв.м.(максимальная вместимость 290 человек).

Мобильная стенка позволяет преобразовать его в 2 конференц-зала: Москва (у окна, 143 кв.м.) и Санкт-Петербург (127 кв.м.). В этом зале проходило одно из самых волнительных для нас и значимое для города мероприятие – визит главы страны Путина В.В. и глав регионов на Госсовет.

Наш отель единственный в городе, предлагающий концепцию «Смарт-мероприятия». Основные составляющие:

- Связь. Бесплатный беспроводной доступ в интернет с любого устройства, адаптеры для всех видов устройств, возможность подзарядки мобильных устройств.
- Выбор. Различные временные тарифы проведения мероприятий: почасовой, полдня, полный день, 24-часовой формат с проживанием. Гибкий подход к обустройству рабочего пространства и уникальное смарт-меню, включающее только сбалансированные, полезные и вкусные блюда.
- Сообщество. Система поощрения постоянных клиентов позволяет организаторам мероприятий накапливать бонусные баллы, получая определенное количество баллов за каждое мероприятие.

Отдельного внимания заслуживает наш ресторан. Предлагаю пройти и ненавязчиво заглянуть, так как мы заботимся о комфортном пребывании наших гостей.

Ресторан.

Ресторан предлагает гостям блюда традиционной русской и европейской кухни. Вводятся недели специальной кухни. Здесь сервируется завтрак «шведский стол», организуются бизнес-ланчи, а также обслуживание по системе А ЛЯ КАРД. Уютный интерьер не оставит гостей равнодушными, удобно расположившись и наслаждаясь красивым видом на пруд. Ресторан рассчитан на 70 посадочных мест. Зал ресторана подойдет так же для небольших торжественных мероприятий. Прошу следовать далее

Во время движения в лифте или по лестнице.

Гостиница, удобно расположена вблизи главной площади города, идеально подходит для деловых путешественников и для отдыха после продуктивного рабочего дня – основные достопримечательности города: Нижнетагильский драматический театр, Театральная площадь, цирк и торговые центры находятся в шаговой доступности.

На этаже.

В нашем отеле 127 современных и удобных номеров категорий Стандарт, Улучшенный, Полулюкс, Люкс, выполненных в стильном дизайне.

Из большинства номеров открывается вид на красивый пруд.

На 1 этаже расположен современный тренажерный зал. Для удобства гостей мы предлагаем наземную(14мест) и подземную парковку (40 мест).

Номер СТАНДАРТ.

Первым мы посмотрим номер категории СТАНДАРТ (110 номер, в том числе 7 для людей с ограниченными возможностями).

Площадь 20 кв.м

Оснащение номера:

1 двуспальная или 2 односпальные кровати

Рабочая зона

Жк тв

Сейф

Душ, подогреваемый пол в ванной, фен

Дизайнерская концепция каждого номера позволяет создать обстановку, исходя из пожеланий гостя. Например, с помощью световых панелей у изголовья кровати можно создать индивидуальную атмосферу.

Номер УЛУЧШЕННЫЙ.

Вашему вниманию – УЛУЧШЕННЫЙ номер (10 номеров).

Площадь 27 кв.м.

Оснащение номера:

1 двуспальная или 2 односпальные кровати

Рабочая зона

Жк тв

Сейф

Мини-бар (безалкогольный)

Душ, подогреваемый пол в ванной, фен

Халат

Номер ПОЛУЛЮКС.

ПОЛУЛЮКС (4 номера).

Площадь 32 кв.м.

Оснащение номера:

1 двуспальная или 2 односпальные кровати

Расширенная рабочая зона, пуф

2 ЖК ТВ

Сейф

Бесплатный безалкогольный мини-бар

Душ, подогреваемый пол в ванной, фен

Халат

Гардеробная комната

Это единственная категория номера, где есть два окна, выходящие на разные стороны, поэтому номер невероятно светлый и уютный.

Номер ЛЮКС.

ЛЮКС (3 номера). Наш люкс 2-х комнатный.

Площадь 39 кв.м.

Оснащение номера:

1 двуспальная или 2 односпальные кровати

Расширенная рабочая зона, пуф, диван, кофе-машина

2 ЖК ТВ

Сейф

Бесплатный безалкогольный мини-бар

Ванная и душ, подогреваемый пол, фен

Гардеробная комната

Халат

Два номера люкс систематизированы под номер «коннект», то есть имеют возможность соединиться с еще одним номером стандарт. Это достаточно удобно, у нас были запросы. Например, тогда, когда артисты гастрوليруют с труппой или агентами.

Наша гостиница неоднократно имела честь принимать важных гостей. Качество приема уже оценили такие таланты как Малинин А., Газманов О., Куклачев Ю., Арно Т., Волочкова А. и многие другие.

Наша экскурсия подходит к завершению. Предлагаю спуститься вниз, удобно расположиться в лобби (ресторане, если Вы заказали питание), где я буду готова ответить на ваши вопросы.

В лифте.

Хочется отметить, что мы проводим экскурсии для всех желающих гостей. И если Вы хотите организовать подобную для ваших коллег, близких, бизнес-партнеров, то мы всегда к Вашим услугам. Вот визитки нашей гостиницы, позвонив по номеру, мы без труда обговорим и найдем время для встречи.

Лобби. Выход.

Дорогие гости, на этом наша экскурсия окончена. Отмечу, что об условиях бронирования, специальных предложениях на проживание и акциях гостиницы Вы можете узнавать по указанным в визитных карточках телефонах или на сайте гостиницы. Разрешите поблагодарить Вас за внимание и пожелать хорошего дня. До новых встреч.

Портфель экскурсовода



Рисунок 1 и 2. Ул. Горошникова (ул. Заводская, ул. Уральская-Набережная, 1960-е годы) [45]





Рисунок 3. Торжественное открытие Парк Инн в Нижнем Тагиле. Первый вице-президент по развитию бизнеса компании Carlson Rezidor Арилд Ховланд, первый Заместитель Председателя Правительства Свердловской области – Министр инвестиций и развития Свердловской области Алексей Орлов, Генеральный директор УВЗ Сиенко Олег и мэр Нижнего Тагила Сергей Носов. 7 сентября 2015 [44]



Рисунок 4. Свидетельство о присвоении категории гостинице [40]



Рисунок 5. Макет паровоза, установка. 2015 год [41]



Рисунок 6. Оживленный лобби и бар. Гости выставки «Russia Arms Expo 2015» [44]



Рисунок 7. Возможная расстановка (театр) в конференц-залах Астана, Минск.

[40]



Рисунок 8. Расстановка в конференц-зале Киев. Переговорный зал. [40]



Рисунок 9. Сервировка зоны кофе-пауз [40]



Рисунок 10. Возможная расстановка (круглый стол, парты) в конференц-залах Баку, Ереван [40]





Рисунок 11. Дизайн-проект главной лестницы гостиницы [40]



Рисунок 12. Конференц-зал Москва. Госсовет во главе с президентом РФ Путиным В.В. [44]



Рисунок 13. Вариант сервировки в банкетном зале Москва/Санкт-Петербург.
Меловая стена для заметок и декора, установленная в каждом зале. [40]





Рисунок 14. Ресторан гостиницы Парк Инн. Сервировка «шведский стол».

[40]

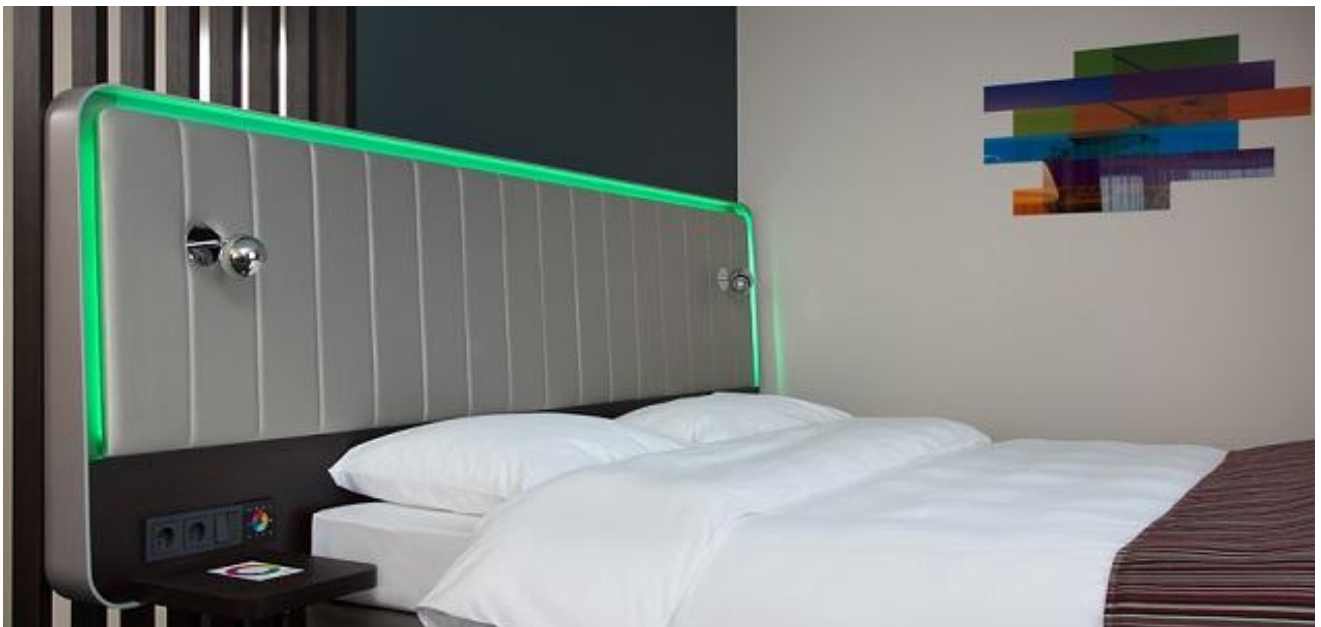


Рисунок 15. Световая сенсорная панель в каждом номере гостиницы.

Брендовый радужный колор. [40]



Рисунок 16. Тренажерный зал гостиницы [40]



Рисунок 17. Парк Инн в лицах. Известные гости Парк Инн Нижний Тагил